

ISSN 2072-0297

МОЛОДОЙ УЧЁНЫЙ

МЕЖДУНАРОДНЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ



5 2024
ЧАСТЬ II

16+

Молодой ученый

Международный научный журнал

№ 5 (504) / 2024

Издается с декабря 2008 г.

Выходит еженедельно

Главный редактор: Ахметов Ильдар Геннадьевич, кандидат технических наук

Редакционная коллегия:

Жураев Хусниддин Олтинбоевич, доктор педагогических наук (Узбекистан)
Иванова Юлия Валентиновна, доктор философских наук
Каленский Александр Васильевич, доктор физико-математических наук
Кошербаева Айгерим Нуралиевна, доктор педагогических наук, профессор (Казахстан)
Куташов Вячеслав Анатольевич, доктор медицинских наук
Лактионов Константин Станиславович, доктор биологических наук
Сараева Надежда Михайловна, доктор психологических наук
Абдрасилов Турганбай Курманбаевич, доктор философии (PhD) по философским наукам (Казахстан)
Авдеюк Оксана Алексеевна, кандидат технических наук
Айдаров Оразхан Турсункожаевич, кандидат географических наук (Казахстан)
Алиева Тарана Ибрагим кызы, кандидат химических наук (Азербайджан)
Ахметова Валерия Валерьевна, кандидат медицинских наук
Бердиев Эргаш Абдуллаевич, кандидат медицинских наук (Узбекистан)
Брезгин Вячеслав Сергеевич, кандидат экономических наук
Данилов Олег Евгеньевич, кандидат педагогических наук
Дёмин Александр Викторович, кандидат биологических наук
Дядюн Кристина Владимировна, кандидат юридических наук
Желнова Кристина Владимировна, кандидат экономических наук
Жуйкова Тамара Павловна, кандидат педагогических наук
Игнатова Мария Александровна, кандидат искусствоведения
Искаков Руслан Маратбекович, кандидат технических наук (Казахстан)
Калдыбай Кайнар Калдыбайулы, доктор философии (PhD) по философским наукам (Казахстан)
Кенесов Асхат Алмасович, кандидат политических наук
Коварда Владимир Васильевич, кандидат физико-математических наук
Комогорцев Максим Геннадьевич, кандидат технических наук
Котляров Алексей Васильевич, кандидат геолого-минералогических наук
Кузьмина Виолетта Михайловна, кандидат исторических наук, кандидат психологических наук
Курпаяниди Константин Иванович, доктор философии (PhD) по экономическим наукам (Узбекистан)
Кучерявенко Светлана Алексеевна, кандидат экономических наук
Лескова Екатерина Викторовна, кандидат физико-математических наук
Макеева Ирина Александровна, кандидат педагогических наук
Матвиенко Евгений Владимирович, кандидат биологических наук
Матроскина Татьяна Викторовна, кандидат экономических наук
Матусевич Марина Степановна, кандидат педагогических наук
Мусаева Ума Алиевна, кандидат технических наук
Насимов Мурат Орленбаевич, кандидат политических наук (Казахстан)
Паридинова Ботагоз Жаппаровна, магистр философии (Казахстан)
Прончев Геннадий Борисович, кандидат физико-математических наук
Рахмонов Азизхон Боситхонович, доктор педагогических наук (Узбекистан)
Семахин Андрей Михайлович, кандидат технических наук
Сенцов Аркадий Эдуардович, кандидат политических наук
Сенюшкин Николай Сергеевич, кандидат технических наук
Султанова Дилшода Намозовна, доктор архитектурных наук (Узбекистан)
Титова Елена Ивановна, кандидат педагогических наук
Ткаченко Ирина Георгиевна, кандидат филологических наук
Федорова Мария Сергеевна, кандидат архитектуры
Фозилов Садриддин Файзуллаевич, кандидат химических наук (Узбекистан)
Яхина Асия Сергеевна, кандидат технических наук
Ячинова Светлана Николаевна, кандидат педагогических наук

Международный редакционный совет:

Айрян Заруи Геворковна, кандидат филологических наук, доцент (Армения)
Арошидзе Паата Леонидович, доктор экономических наук, ассоциированный профессор (Грузия)
Атаев Загир Вагитович, кандидат географических наук, профессор (Россия)
Ахмеденов Кажмурат Максutowич, кандидат географических наук, ассоциированный профессор (Казахстан)
Бидова Бэла Бертовна, доктор юридических наук, доцент (Россия)
Борисов Вячеслав Викторович, доктор педагогических наук, профессор (Украина)
Буриев Хасан Чутбаевич, доктор биологических наук, профессор (Узбекистан)
Велковска Гена Цветкова, доктор экономических наук, доцент (Болгария)
Гайич Тамара, доктор экономических наук (Сербия)
Данатаров Агахан, кандидат технических наук (Туркменистан)
Данилов Александр Максимович, доктор технических наук, профессор (Россия)
Демидов Алексей Александрович, доктор медицинских наук, профессор (Россия)
Досманбетов Динар Бакбергенович, доктор философии (PhD), проректор по развитию и экономическим вопросам (Казахстан)
Ешиев Абдыракман Молдоалиевич, доктор медицинских наук, доцент, зав. отделением (Кыргызстан)
Жолдошев Сапарбай Тезекбаевич, доктор медицинских наук, профессор (Кыргызстан)
Игисинов Нурбек Сагинбекович, доктор медицинских наук, профессор (Казахстан)
Кадыров Кулуг-Бек Бекмуратович, доктор педагогических наук, и.о. профессора, декан (Узбекистан)
Каленский Александр Васильевич, доктор физико-математических наук, профессор (Россия)
Козырева Ольга Анатольевна, кандидат педагогических наук, доцент (Россия)
Колпак Евгений Петрович, доктор физико-математических наук, профессор (Россия)
Кошербаева Айгерим Нуралиевна, доктор педагогических наук, профессор (Казахстан)
Курпаяниди Константин Иванович, доктор философии (PhD) по экономическим наукам (Узбекистан)
Куташов Вячеслав Анатольевич, доктор медицинских наук, профессор (Россия)
Кыят Эмине Лейла, доктор экономических наук (Турция)
Лю Цзюань, доктор филологических наук, профессор (Китай)
Малес Людмила Владимировна, доктор социологических наук, доцент (Украина)
Нагервадзе Марина Алиевна, доктор биологических наук, профессор (Грузия)
Нурмамедли Фазиль Алигусейн оглы, кандидат геолого-минералогических наук (Азербайджан)
Прокопьев Николай Яковлевич, доктор медицинских наук, профессор (Россия)
Прокофьева Марина Анатольевна, кандидат педагогических наук, доцент (Казахстан)
Рахматуллин Рафаэль Юсупович, доктор философских наук, профессор (Россия)
Ребезов Максим Борисович, доктор сельскохозяйственных наук, профессор (Россия)
Сорока Юлия Георгиевна, доктор социологических наук, доцент (Украина)
Султанова Дилшода Намозовна, доктор архитектурных наук (Узбекистан)
Узаков Гулом Норбоевич, доктор технических наук, доцент (Узбекистан)
Федорова Мария Сергеевна, кандидат архитектуры (Россия)
Хоналиев Назарали Хоналиевич, доктор экономических наук, старший научный сотрудник (Таджикистан)
Хоссейни Амир, доктор филологических наук (Иран)
Шарипов Аскар Калиевич, доктор экономических наук, доцент (Казахстан)
Шуклина Зинаида Николаевна, доктор экономических наук (Россия)

На обложке изображен *Александр Грейам Белл* (1847–1933), американский и канадский учёный, изобретатель и предприниматель шотландского происхождения, один из основоположников телефонии, основатель компании *American Telephone and Telegraph Company*, определившей всё дальнейшее развитие телекоммуникационной отрасли в США.

Александр Белл родился в Эдинбурге, Шотландия. Его отец, Александр Мелвилл Белл, — профессиональный оратор, актер и суфлер, а мать — виртуозная пианистка, несмотря на имеющиеся у нее проблемы со слухом. Когда мальчику было 13 лет, он окончил Королевскую школу в своем родном городе. Через год он с двумя своими братьями переехал в Лондон к деду. Александр Белл всегда был любопытным и затейливым и уже в юные годы основал «Общество развития наук среди мальчиков». В этом обществе всякий школьник назывался профессором и выступал с научными докладами. Однажды Общество решило провести вскрытие туши свиньи. Александр Белл стал делать надрез, и вдруг из туши вырвались газы, издавая страшный звук, напоминающий звериный рык. В итоге «профессора» в ужасе разбежались.

В 1864 году Александр Белл начал учиться в Эдинбургском университете. На следующий год он вернулся преподавать в Вэстон Хауз, а семейство пережило тяжёлую утрату: в 1865 году умер его дед.

В 1866 году Мелвилл смог раздобыть для своего сына вакансию учителя в городе Бэф (Bath), в Сомерсетширском колледже (Somersetshire College). Это заведение хоть и называлось колледжем, но было по сути частной школой и готовило отпрысков джентльменов к университетам.

Пребывание Александра в Бэф продолжалось весь учебный 1866/1867 год, но оно было омрачено смертью его младшего брата, который умер весной 1867 года от туберкулёза.

Летом 1867 года Александр Белл переехал в Лондон, чтобы помогать своему отцу в его научных и педагогических занятиях. Там он познакомился с мистером Мюрреем, будущим автором Оксфордского словаря английского языка (*Oxford English Dictionary*).

В 1868 году Александр Белл сдал вступительные экзамены и был зачислен в Лондонский университет. В этом же году он впервые стал сурдопедагогом — начал учить глухих детей. К Мелвиллу обратилась Сьюзан Халл с просьбой использовать его систему «видимой речи» в её частной школе для глухих детей в Южном Кенсингтоне. Мелвилл отправил Александра на это задание, и впоследствии сурдопедагогика стала одним из главных занятий в жизни ученого.

В 1870 году от туберкулёза умер и старший брат Александра. В этой ужасной ситуации Белл-отец решил на отчаянный шаг: он оставил свою карьеру, налаженный быт и обширные знакомства в Лондоне, чтобы не потерять последнего сына. Он решил переехать в Канаду.

Семейство Беллов остановилось в Брэнтфорде, Онтарио. Там не было вакансий для учителя красноречия, и довольно

долго Мелвилл и Александр оставались без работы. Александр обнаружил в нескольких милях от дома резервацию индейцев разных племён: могавк, тускарора, онейда, онондага, каюга и сенека. Индейцы этих племён предоставили обширный материал для исследований Александра Белла. Ходили слухи, что сам вождь племени могавк научил Александра Белла танцу войны. Впоследствии Александр Белл любил отплясывать этот танец во время своих триумфов, что всегда повергало в шок окружающих.

В марте 1871 года пришёл ответ из Бостонской школы для глухих, которая предлагала вакансию учителя. В 1872 году он стал профессором «голосовой физиологии и красноречия» в Ораторской школе Бостонского университета, что было довольно высоким титулом для 26-летнего молодого человека без университетского диплома. Младший Белл открыл в городе собственную школу, где обучал основам семейной методики других преподавателей. И как только у него появился устойчивый источник доходов, он вернулся к своим опытам по передаче голоса по проводам. Такими экспериментами он заинтересовался еще в Англии.

Несмотря на то что Александр Белл известен как создатель телефона, за свою жизнь он получил патенты на тридцать одно изобретение.

В 1881 году, после покушения на президента США Гарфилда, Белл изобрёл металлоискатель, чтобы определить местоположение пули. Прибор не сработал, потому что врачи уложили раненого президента на матрац с металлическими пружинами. После смерти своего новорожденного сына Александр изобрёл вакуумную камеру, которая помогала дышать недоношенным детям. Также он придумал аппарат, очищающий морскую воду от соли, для потерпевших крушение и страдающих от жажды моряков.

Благодаря своему летательному аппарату «Майский жук», который в 1908 году пролетел больше километра, Белл доказал возможность управляемого полёта. В начале 1900-х годов он даже создал самую быструю в то время лодку — гидроплан. Она была оснащена подводными крыльями, которые поднимали её над поверхностью воды, благодаря чему лодка развивала скорость до 70 миль в час.

Десятого мая 1876 года Белл провёл демонстрацию телефона перед Американской академией искусств и наук. После успехов публичных лекций и заказов на телефонную связь 9 июля 1877 года была основана телефонная компания Белла, которая затем выросла в грандиозную корпорацию «Американская телефонная и телеграфная компания».

Белл страдал сахарным диабетом и скончался 2 августа 1922 года в своём поместье Бейнн-Брей в канадской провинции Новая Шотландия. После его смерти более 13 миллионов телефонов Соединённых Штатов были отключены в течение минуты, дабы почтить его память.

*Информацию собрала ответственный редактор
Екатерина Осянина*

СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

Бирченко Е. В.
Влияние санкций на развитие туристской отрасли России.....69

Болдырева А. В.
Организационная культура: основные типы, уровни, структура и факторы71

Ишмухаметова А. И.
Реализация программы поддержки местных инициатив как форма повышения социальной активности населения в решении вопросов местного значения (на примере администрации муниципального района Мечетлинский район Республики Башкортостан)73

Путилова А. А., Черникова С. А.
Основные показатели инвестиционного проекта75

Рискова М. Ю.
Анализ и пути повышения эффективности использования основных средств в сельском хозяйстве.....77

Сладкова Е. А., Поливко В. П.
Нематериальная мотивация сотрудников80

Янькова Е. И.
Бухгалтерский учет цифрового рубля82

МАРКЕТИНГ, РЕКЛАМА И PR

Ерыгина М. О.
Специфика контента в Telegram84

Золотарев А. Е.
Место и роль фотографии в контенте современных СМИ87

Ипатова Н. В.
Виды рекламы в интернете и их особенности...89

Ипатова Н. В.
История рекламы: как она развивалась с течением времени.....90

Ипатова Н. В.
Роль цифровой рекламы в современном бизнесе91

Лбова Е. Ю.
Роль и место инфотейнмента в контексте образовательных медиа93

Ли Силинь
Сравнительное исследование маркетизации СМИ в России и Китае94

Ли Силинь
Анализ национального имиджа Китая, конструируемого российскими СМИ в контексте стратегии «Один пояс — один путь»99

Лычкина Л. Н.
Тип конкуренции на рынке телевизионных СМИ 101

ПСИХОЛОГИЯ

Антоненкова Н. В.
Психологическая безопасность образовательной среды: важность социальной поддержки и школьной культуры..... 103

Боброва К. В.
Психосоматика у подростков: современные методы работы с психосоматическими расстройствами 105

Емельянов В. В.
Основные методы профилактики наркозависимости среди молодежи и приобретение навыков активного сопротивления 107

Жевлакова В. М.
Анализ результатов проведения программы психологического сопровождения снижения тревожности родителей старших школьников в период подготовки к итоговым экзаменам ... 110

Зеленина Е. В.
Волевая регуляция как фактор карьерной адаптивности старшеклассников 112

| | | | |
|---|-----|---|-----|
| Касимова А. Э. Этнические особенности и семейные отношения в русских и азербайджанских семьях..... | 115 | Решетова И. В., Илюхин А. Г. Особенности работы педагога в дистанционном формате..... | 130 |
| Ковалёва Н. С., Уваров Е. А. Стратегии взаимодействия в конфликте у студентов колледжа | 117 | Севрюкова Е. С., Ковтун Ю. Ю. Нейрокогнитивный дефицит как фактор нарушения навыков социального взаимодействия у детей с РАС..... | 132 |
| Леонова М. В. Факторы, влияющие на отношение к материнству современных девочек-подростков..... | 120 | Смикалова Н. А. Влияние детско-родительских отношений на тревожность детей старшего дошкольного возраста | 135 |
| Новак Н. Н. Эмпирическое исследование особенностей переживания эмоционального выгорания и одиночества мужчин и женщин | 124 | Тихонова О. П. Семейные ценности как основа формирования личности..... | 136 |
| Попков А. А. Психолого-педагогические аспекты профилактики зависимого аддиктивного поведения обучающихся | 128 | Юрченко И. С. Коррекция гиперактивности младших школьников в условиях семьи..... | 138 |

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

Влияние санкций на развитие туристской отрасли России

Бирченко Евгений Васильевич, студент магистратуры

Научный руководитель: Герасименко Ольга Александровна, кандидат экономических наук, доцент

Белгородский государственный национальный исследовательский университет

В статье автор исследует особенности влияния санкций на развитие туристской отрасли Российской Федерации, описывает негативные и позитивные последствия введения санкций, а также он рассматривает влияние санкционного давления на выездные и въездные туристские потоки.

Ключевые слова: санкции, туристская отрасль, выездной туристской поток, въездной туристский поток.

Санкции в современном мире представлены как действенный рычаг влияния на государства, которые нарушают определенные общемировые правила. Одной из стран, против которой были введены санкции, является Россия. Процесс введения санкций, который длится по сей день начался с 2014 года, когда страна нарушила целостность Украины, что нарушило международное законодательство. В связи с этим мировое сообщество постепенно начало вводить санкции, пиком введения санкций стало проведение Россией специальной военной операции с 2022 г., которая вызвала достаточно большие негативные последствия для государства.

Основными направлениями введения санкций против России являются:

- закрытие воздушного пространства недружественными странами;
- ограничения на осуществление торговли с рядом стран;
- технологический застой (зависимость России от иностранного оборудования и иностранных систем повлияла на появление застоя, так как необходимо было оперативно переоборудоваться);
- замораживание зарубежных активов страны;
- давление на финансовую, экономическую и инвестиционную системы страны и т.д. [3, с. 56].

При этом санкции привело не только к негативным последствиям, но и открыли новые возможности для развития страны. К таковым возможностям можно отнести:

- переориентировка международной политики на азиатские страны и страны Ближнего Востока;

— рост количества отечественных организаций по причине ухода зарубежных компаний;

— ускорение процессов разработки собственного оборудования и собственных систем;

— развитие партнёрства с дружественными странами через открытие производства и их территориях и т.д. [3, с. 60].

Туристская отрасль, как и другие экономические отрасли, пострадала от введения санкций. Основным направлением, который получил наибольший ущерб, являются выездные и въездные туристские потоки. Страна не полностью справилась с последствиями пандемии коронавируса, а введённые санкции не позволили закончить процесс восстановления туристской отрасли.

В таблице 1 представлены показатели въездного и выездного туризма с 2013 по 2022 гг. (по данным Федеральной службы государственной статистики) [2].

На рисунке 1 наглядно представлена динамика изменения выездных и въездных туристских потоков с 2013 по 2022 гг. [2].

С 2015 по 2016 гг. отмечается уменьшение туристского потока выездного по причине нестабильности рубля, с января 2015 года началось падение рубля, что привело к снижению покупательской способности россиян. С 2017 по 2019 гг. ситуация стабилизировалась, что привело к росту туристских поездок россиян, в период пандемии произошел сильный спад. Пандемия повлияла на снижение выездного туристского потока на 72,74% в 2020 г. по сравнению с 2019 г. Критическое снижение произошло из-за закрытия всех туристских направлений, начался период стагнации, который продлился практически 4

Таблица 1. Данные въездного и выездного туристского потока с 2013 по 2022 гг.

| Вид туризма | Год, тысяч поездок | | | | | | | | | |
|-------------|--------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 |
| Выездной | 54000 | 42921 | 34390 | 31659 | 39629 | 41964 | 45330 | 12361 | 19199 | 22487 |
| Въездной | 30790 | 25428 | 26852 | 24571 | 24390 | 24551 | 24419 | 6359 | 7080 | 8243 |



Рис. 1. Динамика выездных и въездных туристских потоков с 2013 по 2022 гг.

месяца, при этом после снятия большинства ограничений туристская отрасль тяжело перенесла последствия пандемии. Положительным моментом является рост выездного туристского потока в 2021 году на 55,32% по сравнению с 2020 годом. В 2022 году был отмечен рост, но он был всего на 12,5%. Снижение темпов роста выездного туризма связано с началом специальной военной операции, в связи с которой ряд стран закрыли въезд для россиян, выдача виз была приостановлена, практически полностью было закрыто западное направление, в связи с санкциями был введен запрет на нахождение в воздушном пространстве стран российских самолетов, что привело к усложнению процесса путешествий. В последствии часть населения переориентировалась на азиатские направления, но падение национальной валюты опять вызвало процессы застоя, так как путешествия стали достаточно дорогим удовольствием.

Въездной туризм в целом стабильно развивался до 2020 года, были незначительные увеличения и снижения потоков в разные периоды. В период пандемии въездной туризм снизился на 74,96% по сравнению с 2019 годом. С периода пандемии по конец 2022 года отмечается кризис въездного туризма, так как темпы роста 10–15%. При этом прогноз для России неутешительный, темпы роста не будут расти, так как страны, которые были одними из основных потребителей российского туристского продукта, начали вводить санкции против страны, что повлияло на снижение туристского потока в страну из ряда стран, например, Западной Европы. Наибольшая доля иностранных туристов приходилась на Украину, Финляндию и Турцию до 2019 года, в 2022 году основная доля приходится на Турцию, Казахстан и Абхазию.

Литература:

1. Силова, Е. С., Тарынин, Ю. С. Тренды развития туризма в России в условиях нестабильности и санкций / Е. С. Силова, Ю. С. Тарынин. — Текст: непосредственный // Вестник Челябинского государственного университета. — 2023. — № 8 (478). — С. 126–137.

Основные последствия от введения санкций для туристской отрасли России:

- падение темпов роста показателей выездного и въездного туристских потоков;
- падение национальной валюты и покупательской способности населения;
- уменьшение количества направлений для путешествия по причине закрытия воздушного пространства недружественными странами;
- закрытие туристских предприятий, которые специализировались на международных турах в страны Европы и иные недружественные страны;
- ограничение развития туристской отрасли, переориентирование туристской отрасли по причине ухода международных гостиничных цепей;
- рост убытков у туроператоров, авиакомпаний и иных туристских предприятий, чья деятельность была направлена на организацию выездного туризма [1, с. 130].

Таким образом, санкции достаточно негативно повлияли на развитие туристской отрасли, в особенности, это отмечается в снижении динамики выездных и въездных туристских потоков. Ограничения, введенные санкциями, не позволили восстановить туристские потоки до предпандемийных показателей. Несмотря на сильное негативное влияние санкций, туристская отрасль России начала более активный процесс развития внутреннего туризма, началась переориентировка в пользу отечественных предприятий, что повлияло на снижение влияния зарубежных компаний на развитие туризма в стране.

2. Статистические данные о развитии туризма в Российской Федерации. — Текст: электронный // Федеральная служба государственной статистики: [сайт]. — URL: <https://rosstat.gov.ru/statistics/turizm> (дата обращения: 28.01.2024).
3. Хохлов, П. Н. Экономические санкции стран запада против России как постоянный рычаг давления на Россию / П. Н. Хохлов, С. И. Беленчук. — Текст: непосредственный // Экономические преобразования: теория и практика. — 2022. — № 3 (5). — С. 54–63.

Организационная культура: основные типы, уровни, структура и факторы

Болдырева Анна Владимировна, студент магистратуры
Ростовский государственный экономический университет «РИНХ»

Организационная культура — один из ключевых факторов успеха современных организаций. С элементами корпоративной культуры сотрудники сталкиваются постоянно. Ее проявления можно встретить в философии, стратегии и миссии организации, в применяемых механизмах мотивации персонала и адаптации новых сотрудников, в поведении уже имеющих опыт работы в организации работников. Тем самым организационная культура влияет на все аспекты деятельности.

Руководство — ключевой аспект эффективной организационной культуры. Организационная культура — результат совместной деятельности трудового коллектива, который во многом определяется поведением руководителя. От руково-

дителя организации, его авторитета в коллективе, культуры управления и общения с персоналом зависит, какая организационная культура сформируется в организации.

Под организационной культурой понимается система разделяемых ценностей, отличающих одну организацию от другой [1].

Собственная культура свойственна любой организации от маленькой фирмы, где работают всего 5–10 человек, до крупной транснациональной корпорации [3].

Организационная культура — многотиповое понятие. В разных организациях могут быть сформированы разные типы организационных культур (таблица 1).

Таблица 1. Типы организационной культуры

| Вид | Основа |
|---------------------|--|
| Органическая | одна общая идея, задаваемая руководством |
| Предпринимательская | свободная инициатива работников, которые выполняют работу так, как считают нужным |
| Бюрократическая | сильное и активное руководство, которое определяет лидеров и направления организационной культуры |
| Партиципативная | групповое взаимодействие, сотрудничество, всесторонние обсуждения, но при этом повседневную работу постоянно перепроверяют |



Рис. 1. Уровни организационной культуры

В каждой организации организационная культура осуществляется на нескольких уровнях (рисунок 1).

На первом уровне организационная культура проявляется как свободное время сотрудника. Второй уровень — действующие в организации общие правила поведения: приветствие, субординация, общение с посетителями и др. На третьем уровне действуют общие ценности и ритуалы, формирующие комфортную психологическую обстановку в коллективе. Четвертый уровень реализуется за пределами организации в виде взаимодействия с обществом: достоверная реклама, благотворительные проекты и др.

Носителями организационной культуры всегда являются люди. В структуру корпоративной культуры входит ряд составляющих, которые также можно рассматривать в качестве факторов формирования организационной культуры (рисунок 2).

История развития, сфера деятельности, предназначение и конкурентоспособность влияют на формирования миссии, стратегии и определение принципов работы организации. На этой основе определяются корпоративные ценности и нормы, ритуалы и традиции, поведенческие стандарты, собственный фирменный стиль, система коммуникации, условия работы персонала. Названные факторы, в свою очередь, формируют ценности и реальное поведение сотрудников, которое проявляется во взаимоотношениях работников друг с другом и потребителями.

Для организаций с высоко развитой организационной культуры свойственны хорошие условия работы персонала, развитая система мотивации, обучения и развития персонала, эффективная система коммуникации, ритуалов и традиций, приоритет охраны труда и социальной составляющей.

Существенными недостатками организационной культуры является отсутствие единого лидера, объединяющего интересы

рабочих групп при наличии низкого статуса формального лидера, коллектив представлен подгруппами разной сплоченности, отсутствие кодекса корпоративной этики и фирменного стиля. Все это демонстрирует неэффективность низкий уровень корпоративной культуры и снижает эффективность работы коллектива.

Совершенствование культуры должно осуществляться по ряду направлений:

- создание системы контроля реального поведения работников по вертикали и горизонтали;
- разработка и создание системы поощрения за соблюдение Кодекса этики;
- совершенствование системы ритуалов и традиций.

Развитие организационной культуры может осуществляться на основе инструментов внутреннего PR: внутрикорпоративный сайт, доска объявлений, мероприятия для сотрудников, доска почета, письма и поздравления, фирменный стиль, кодекс корпоративного поведения. Большое значение для совершенствования организационной культуры имеет формирование в организации корпоративного социального пакета.

Таким образом, организация решает вопросы формирования организационной культуры — развиваются ценностные представления сотрудников и руководства компании, приходит осознание основанной миссии и целей деятельности, формируется положительный имидж организации на ее внешнем и внутреннем рынке. Являясь центром системы управления организации, организационная культура, при целенаправленном и системном формировании и внимании к развитию, выступает в качестве основного конкурентного преимущества организации данной сферы деятельности.

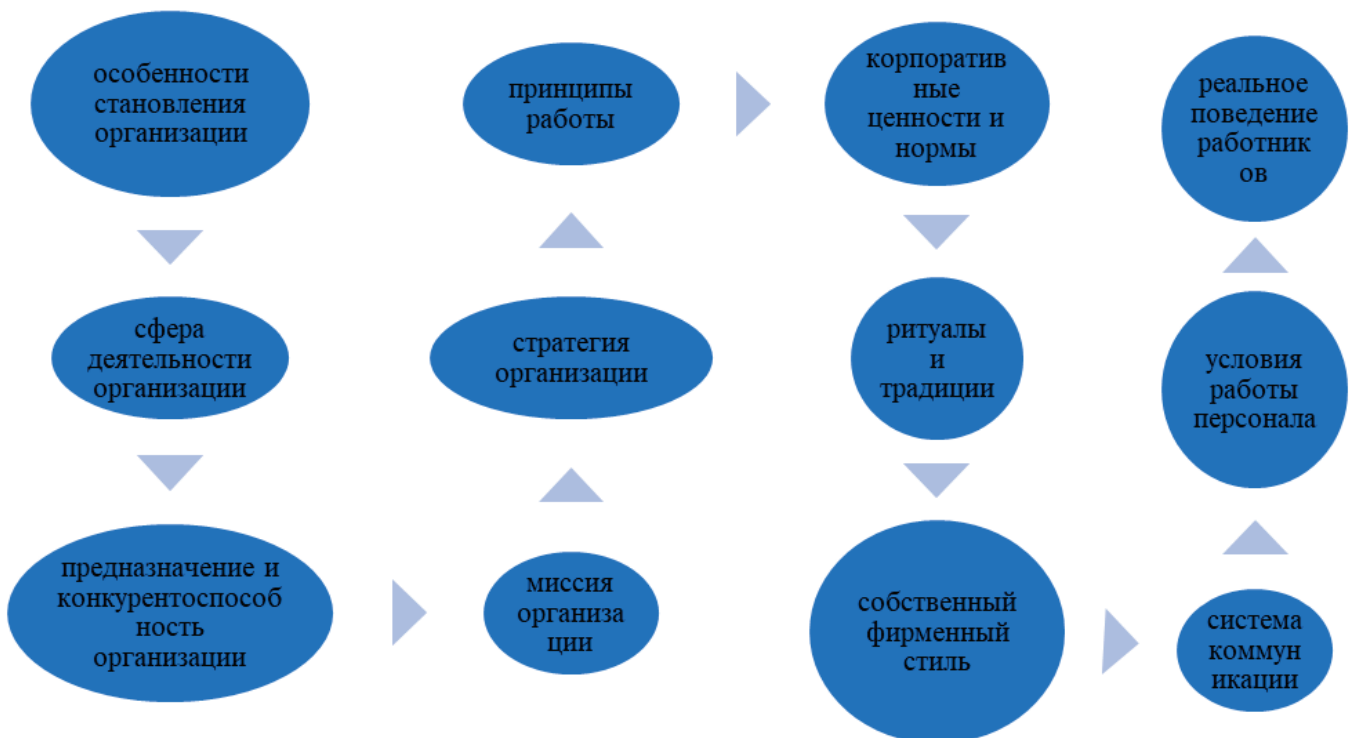


Рис. 2. Структура и факторы формирования организационной культуры

Литература:

1. Менеджмент / под общ. ред. А. Л. Гапоненко. — М.: Издательство Юрайт, 2023. — С. 45.
2. Менеджмент: учебник и практикум для вузов / под общ. ред. И. Н. Шапкина. — М.: Издательство Юрайт, 2023.
3. Соломанидина Т. О. Организационная культура компании: учеб. пособие / Т. О. Соломанидина. — М.: Инфра-М, 2019. — С. 34.

Реализация программы поддержки местных инициатив как форма повышения социальной активности населения в решении вопросов местного значения (на примере администрации муниципального района Мечетлинский район Республики Башкортостан)

Ишмухаметова Анфиса Ильдаровна, студент магистратуры
Башкирская академия государственной службы и управления при Главе Республики Башкортостан (г. Уфа)

Программа поддержки местных инициатив направлена на оказание помощи и поддержки проектам и идеям, разрабатываемым и реализуемым на местном уровне. Программа поощряет активное участие местных жителей в принятии решений и реализации проектов. В статье рассмотрены особенности реализации программы поддержки местных инициатив как форма повышения социальной активности населения в решении вопросов местного значения (на примере Администрации муниципального района Мечетлинский район Республики Башкортостан).

Ключевые слова: местные инициативы, социальная активность населения, вопросы местного значения, муниципальное самоуправление, программа поддержки местных инициатив.

Программа поддержки местных инициатив — это инициатива, направленная на оказание помощи и поддержки проектам и идеям, разработанным и реализуемым на местном уровне. Такие программы могут включать в себя финансовую поддержку, консультации, обучение и другие ресурсы, необходимые для успешной реализации местных инициатив. Эти программы часто способствуют развитию местных сообществ, поддерживают предпринимательство, улучшают качество жизни и способствуют благоприятным изменениям.

Цели, которые осуществляются в ходе реализации программы поддержки местных инициатив:

1. Поддержка развития местных сообществ;
2. Повышение занятости и вовлеченности предпринимательства и творческих подходов на местном уровне;
3. Содействие социальным и экономическим изменениям в местных сообществах;
4. Повышение активности населения в принятии решений и реализации проектов, влияющих на благоприятные условия жизни;

Примеры программ поддержки местных инициатив:

1. Грантовые программы: фонды или организации предоставляют гранты для реализации местных проектов.
2. Обучающие и консультационные программы: предоставление обучающих ресурсов и консультаций для разработки и реализации инициатив.
3. Техническая поддержка: предоставление доступа к техническим ресурсам или экспертной помощи для реализации проектов.

Такие программы реализуются с целью укрепления местных сообществ, стимулирования новых подходов и создания бла-

гоприятных социальных условий для развития на местном уровне.

Программа поддержки местных инициатив (ППМИ) в Башкортостане представляет собой механизм, позволяющий решать социальные вопросы местного значения при участии населения в подготовке условий для проявления инициатив, их софинансировании и контроле за ходом реализации проектов [2]. Условия, при которых осуществляются идеи, связанные с улучшением качества среды обитания.

Долевое финансовое участие:

- Жители должны вложить не менее 3%;
- Местная администрация от 5% до 15%;
- Спонсоры (частные лица, предприниматели и другие юридические лица) могут вложить любую сумму;
- Республиканский бюджет покрывает оставшуюся часть [2].

Существуют определенные ограничения программы:

1. Реализация проекта должна происходить в течение одного года;
2. Объект должен находиться в собственности муниципалитета [2].

Процесс участия в конкурсе включает следующие этапы:

1. Формулирование и обоснование идеи;
2. Обсуждение идеи с соседями и старостой населенного пункта, главой сельского поселения;
3. Утверждение состава инициативной группы жителей для реализации необходимой идеи;
4. Проведение собрания для окончательного утверждения проекта и определения финансовых вложений [2].

Программа предоставляет возможность объединить финансовые ресурсы республиканского бюджета, местного бюджета,

средства физических и юридических лиц для решения социально-значимых проблем [3].

Рассмотрим итоги реализации проектов республиканской Программы поддержки местных инициатив на 2023 год. В январе 2024 года продолжаются итоговые собрания, на которых утверждают основные проекты, предложения и определяют инициативные группы. Общая стоимость проектов по программе поддержки местных инициатив в Республике Башкортостан в 2023 году составила 889 млн руб., в том числе 600 млн руб. средств бюджета республики, 140,59 млн руб. из муниципальных бюджетов, 77,35 млн руб. спонсорских средств и 71,01 млн руб. средств жителей [3].

В муниципальном районе Мечетлинский район с 2016 года [1, 2] успешно реализуется программа поддержки местных инициатив (ППМИ) — это механизм, позволяющий оперативно выявлять и эффективно решать вопросы по благоустройству. При этом население не только активно высказывает свои пожелания, но и принимает активное участие в реализации проектов, а также в их софинансировании и в окончательном контроле.

За 2022–2023 годы уже десять сельских поселений из двенадцати подключились к Программе поддержки местных

инициатив, в них участвовало 3579 жителей, общая сумма собранных средств составила более 812 тыс. руб. при необходимой — 894 281 руб. (таблица 1).

Впервые действенность программы ощутили на себе и жители Новомещеровского сельского поселения. В средней школе они заменили устаревшие окна, произвели ремонт дорог в деревне Азангулово, огородили территорию школы. В 2021 году провели работы по благоустройству кладбища в деревне Куршалино [4].

В 2022 году свою давнюю мечту воплотили азангуловцы, чей проект по капитальному ремонту ограждения кладбища стал победителем конкурсного отбора. Население, узнав, что можно решить проблему с помощью ППМИ, провели собрание, где единогласно проголосовали за участие в программе. Была составлена смета расходов, объявлен сбор средств, откликнулись неравнодушные жители и собрали более 100 тысяч рублей. [4].

Войдя в число участников ППМИ, проект получил поддержку из республиканского бюджета в 493 тысячи рублей. Из местного бюджета на эти цели направили 74 тысячи рублей [4].

Победители проекта приобрели строительные материалы для ограждения кладбища и общими силами мужчин деревни Азангулово провели работы по благоустройству кладбища. Те-

Таблица 1. Реализация программы поддержки местных инициатив на примере Администрации Мечетлинского района.

| Наименование сельсовета | Наименование населенного пункта (если определено) | Численность населения нас.пункта | Название проекта (если определено) | Собрано % |
|-------------------------|---|----------------------------------|--|-----------|
| Большеокинский | д.Степной | 118 | Ремонт здания сельского дома культуры | 59,7 |
| Большеустыкинский | Азикеево | 582 | приобретение строительных материалов для ограждения кладбища | 100,0 |
| Дуван-Мечетлинский | Буранчино | 125 | Приобретение строительных материалов для ограждения кладбища деревни | 100,0 |
| Кургатовский | Кургатово | 239 | Благоустройство родника | 100,0 |
| Л-Тамакский | Л-Тамак | 420 | Приобретение строительных материалов для ограждения кладбища деревни Лемез-Тамак | 100,0 |
| Малоустыкинский | Малоустыкинское | 596 | Ремонт колодцев водопроводной сети на территории СП | 77,8 |
| Новомещеровский | Новомещерово | 375 | Приобретение музыкальной аппаратуры и компьютерной техники для филиала МАУ РДК | 100,0 |
| Новояшевский | Новояшево | 468 | Приобретение детской площадки | 100,0 |
| Ростовский | Теляшево | 375 | приобретение строительных материалов для ограждения кладбища | 100,0 |
| Юнусовский | д.Абдрахимово | 281 | Приобретение детской площадки | 68,8 |

перь здесь установлено новое добротное ограждение из профнастила с железными воротами.

Реализация программы поддержки местных инициатив в муниципальном районе представляет собой инновационный механизм, способствующий вовлечению жителей в решение социальных проблем местного значения и развитие благоустройства территорий. Из этого можно сделать следующие выводы:

Позитивные аспекты:

1. Участие населения: программа стимулирует активное участие местных жителей в принятии решений и реализации проектов, что способствует формированию гражданского общества и повышению социальной активности.

2. Совместное финансирование: привлечение финансирования как со стороны местных жителей, так и со стороны местной администрации и других участников благотворительности, способствует созданию благоприятной среды для реализации местных инициатив.

3. Реализация социально-значимых проектов: программа способствует реализации проектов, направленных на улучшение качества жизни местного населения, таких как ремонт дорог, благоустройство территорий и другие социально-значимые инициативы.

Литература:

1. Федеральный закон от 06.10.2003 N131-ФЗ (ред. от 25.12.2023) «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации»
2. Постановление Правительства Республики Башкортостан от 6 февраля 2023 года № 39 «О реализации на территории Республики Башкортостан проектов развития общественной инфраструктуры, основанных на местных инициативах»
3. В Уфе проходят итоговые собрания жителей по программе поддержки местных инициатив — URL <https://nocrb.ru/ppmi/tpost/25ue3is6r1-v-ufe-prohodyat-itogovie-sobraniya-zhite>
4. Ишмухаметова А. ППМИ в действии / А. Ишмухаметова: Большеустькинское «Официальный сайт Администрации муниципального района Мечетлинский район Республики Башкортостан» <https://mechetly.bashkortostan.ru/presscenter/news/403380/>.
5. Программа поддержки местных инициатив — URL <https://irgrb.ru/>

Основные показатели инвестиционного проекта

Путилова Алина Александровна, студент;

Черникова Светлана Александровна, кандидат экономических наук, доцент
Пермский государственный аграрно-технологический университет имени академика Д. Н. Прянишникова

В данной статье рассматриваются основы расчета эффективности инвестиционного проекта.

Ключевые слова: инвестиционный проект, инвестиции

Инвестиции — денежные средства, ценные бумаги, иное имущество, в том числе имущественные права, иные права, имеющие денежную оценку, вкладываемые в объекты предпринимательской и (или) иной деятельности в целях получения прибыли и (или) достижения иного полезного эффекта.

Термин «инвестиционный проект» употребляется в двух смыслах. В узком понимании инвестиционный проект — это документация (комплект документов, в которых содержатся

Несмотря на положительные результаты реализации ППМИ, необходимо совершенствовать данную форму социальной активности граждан:

1. Прозрачность и доступность информации: важно обеспечить прозрачность и доступность информации о процедурах участия в программе, критериях отбора проектов и использовании финансовых средств;

2. Оценка эффективности: необходимо осуществлять систематическую оценку эффективности реализуемых проектов и вовлеченности сообщества для повышения результативности программы и разработать критерии оценивания;

3. Расширение области применения: расширение области применения программы на другие сферы, такие как образование, здравоохранение и культура, может дополнительно усилить ее воздействие на развитие местных сообществ.

Таким образом, программа поддержки местных инициатив в муниципальном районе Мечетлинский район представляет собой важный инструмент социально-экономического развития, который вместе с учетом вышеперечисленных аспектов может продолжить способствовать улучшению качества условий жизни местного населения и развитию сельских территорий.

цели и определение комплекса предстоящих действий). В широком понимании инвестиционный проект — это деятельность, т.е. комплекс мероприятий, которые необходимы для достижения поставленной цели.

Фаза проекта:

- Предынвестиционная
- Инвестиционная
- Операционная (эксплуатационная)

Для оценки экономической эффективности инвестиционного проекта применяют следующие показатели:

— чистый дисконтированный доход (NPV) — это накопленный дисконтированный эффект за расчетный период:

$$NPV = \sum \frac{CF}{(1+E)^n} - C,$$

где CF — денежный поток,

E — ставка дисконтирования (процент прибыли),

N — количество периодов времени,

C — первоначальные инвестиции.

NPV < 0 — проект нецелесообразно,

NPV = 0 — проект окупится без прибыли,

NPV > 0 — проект целесообразен;

— индекс доходности (PI) — это отношение чистых дисконтируемых денежных поступлений от реализации проекта (притоков) и дисконтированных денежных затрат (оттоков):

PI < 1 — проект не целесообразен

PI = 1 — проект окупится без прибыли

PI > 1 — проект целесообразен;

— дисконтированный срок окупаемости (DPP) — это минимальный период времени, за который дисконтированные денежные поступления (притоки) становятся равны и больше дисконтированным денежным затратам (оттокам).

Пример расчета инвестиционного проекта рассмотрим на примере постройку новых корпусов по выращиванию цыплят бройлеров на предприятии АО «Агросила Птицефабрика Пермская», на предприятии используется содержание в клетке. При выращивании птицы в клетке идет большой процент брака крыла. Наше предложение построить 2 корпуса по выращиванию цыплят-бройлеров на напольном содержании, размер 1 корпуса 25 м х 25 м.

Источником финансирования будут служить собственные средства в размере 5 000 тыс. руб.

Различие между птичниками старого образца на предприятии (клеточный) и нового образца напольный (предлагаемый для постройки).

В клеточном птичнике содержится 14850 голов цыплят, размер 26 х 26 м. Комплект оборудования для выращивания цыплят бройлеров: ниппельная система поения, система кормления (шнековая подача корма), система поперечной подачи корма от наружного бункера к линиям продольного кормления, наружный бункер.

Базовый состав комплекта оборудования для кормления бройлеров: линии кормления бройлеров; механический кормораздатчик со съемным бункером; бункер концевой (или контрольная кормушка); механизм регулирования положения линии кормления; комплект стальных кормовых труб (45 мм, длина одной трубы 3 м); комплект чашечных кормушек; спиральный шнек; мотор-редуктор (для вращения шнека); емкостной датчик наличия корма; блок силовой линии.

Базовый состав оборудования для поения бройлеров: линии поения бройлеров; комплект водоподготовки (с редуктором давления, фильтром грубой и тонкой очистки, манометрами, кранами и счетчиком расхода воды); дозатор лекарств (медикатор); механизм регулирования положения линии поения.

Напольное содержание рассчитано на 13580 голов цыплят-бройлеров с использованием напольного оборудования, размер птичника 25×25 м.

Показатели микроклимата и гигиеническая оценка условий содержания цыплят-бройлеров в клеточном и напольном птичнике соответствуют гигиеническим требованиям и практически не отличаются.

Для расчета представленных показателей представим прогноз свободного денежного потока сроком на три года.

Определим показатели эффективности инвестиционного проекта.

NPV приводится как сумма дисконтированных денежных потоков за весь расчетный период за вычетом инвестиций.

В соответствии с данными таблицы, представленной выше — NPV = 3409,99 тыс. руб.

Согласно правилу NPV принимаются лишь те проекты, для которых значения NPV принимают положительное значение. Чистый дисконтированный доход в данном случае составляет 3409,99 тыс. руб. > 0, следовательно, инвестиционный проект может быть принят к финансированию, и отдача на капитал будет больше вложенного капитала.

Индекс доходности проекта.

PI — это отношение суммы приведенных эффектов к величине капиталовложений, т.е. это отношение отдачи капитала к вложенному капиталу.

В данном случае:

$$PI = (11705,23 / 5000) = 2,34 > 1$$

Дисконтированный срок окупаемости (DPP) — минимальный временной интервал (от начала осуществления про-

Таблица 1. Прогноз свободного денежного потока сроком на три года

| Показатель | 0 | 1 год | 2 год | 3 год |
|---|-------|----------|----------|----------|
| Чистая прибыль, тыс.руб | | 3 722,16 | 3 535,18 | 3 614,15 |
| Амортизация, тыс.руб | | 1 666,66 | 1 666,66 | 1 666,68 |
| Инвестиционная деятельность, тыс.руб | -5000 | | | |
| Финансовая деятельность, тыс.руб | 5000 | | | |
| Сумма чистого денежного потока, тыс.руб | 0 | 5 388,82 | 5 201,84 | 5 280,83 |
| Коэффициент дисконтирования при ставке 17% | | 0,855 | 0,731 | 0,624 |
| Дисконтированный денежный поток, тыс.руб | | 4 607,44 | 3 802,55 | 3 295,24 |
| Дисконтированный денежный поток нарастающим итогом, тыс.руб | -5000 | -392,56 | 3 409,99 | |

екта), за пределами которого интегральный эффект становится и в дальнейшем остается неотрицательным.

Дисконтированный срок окупаемости составляет 1 года + $392,56/3802,55 = 1,1$ года. Данные занесены в таблицу 2.

Таблица 2. Показатели эффективности проекта

| Наименование показателя | Значение показателя |
|--|---------------------|
| 1. Чистый дисконтированный доход (NPV), тыс. руб | 3409,99 |
| 2. Индекс прибыльности инвестиций (PI) | 2,34 |
| 3. Дисконтированный срок окупаемости (DPP), год | 1,1 |

Согласно данным, представленным в таблице 2, чистый дисконтированный доход (3409,99 тыс. руб.) больше нуля, индекс доходности (2,34) больше единицы, дисконтированный срок окупаемости составляет 1,1 года. Все это свидетельствует об

эффективности проекта. В результате проведенных расчетов можно сделать вывод о том, что рассматриваемый инвестиционный проект на сегодняшний день является экономически эффективным.

Литература:

1. Борисова, О.В. Инвестиции: учебник и практикум для вузов / О.В. Борисова, Н.И. Малых, Л.В. Овешникова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 482 с. — (Высшее образование). — ISBN978-5-534-17337-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. с. 12 — URL: <https://urait.ru/bcode/532896/p.12> (дата обращения: 16.01.2024).
2. Бычкова, С.Г. Социально-экономическая статистика: учебник и практикум для вузов / С.Г. Бычкова, Л.С. Паршинцева; под общей редакцией С.Г. Бычковой. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 488 с. — (Высшее образование). — ISBN978-5-534-14952-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. с. 281 — URL: <https://urait.ru/bcode/519922/p.281> (дата обращения: 19.01.2024).
3. Павлов А.М. Управление проектами на основе стандарта РМІ РМВОК. Изложение методологии и опыты применения / А.М. Павлов. — Москва: «Лаборатория знаний», 2021. — 274 с.
4. Семенченко с. В., Засемчук И. В. Эффективность клеточного выращивания бройлеров при разной плотности посадки / — Известия Оренбургского государственного аграрного университета — 2021 г.

Анализ и пути повышения эффективности использования основных средств в сельском хозяйстве

Рискова Мария Юрьевна, студент

Научный руководитель: Зубарев Илья Сергеевич, кандидат экономических наук, доцент
Пермский государственный аграрно-технологический университет имени академика Д. Н. Прянишникова

Проведение анализа эффективности использования основных средств в сельскохозяйственных предприятиях играет важную роль, т.к. основные средства для предприятий АПК являются значимым ресурсом и без них невозможно производство продукции и, следовательно, успех деятельности предприятия будет зависеть от рационального использования его основных средств. В статье рассмотрена методика анализа эффективности использования основных средств на предприятиях АПК, основные проблемы повышения эффективности их использования и мероприятия по устранению выявленных проблем.

Ключевые слова: основные средства, анализ, фондоотдача, фондорентабельность.

Проблемами эффективного использования основных средств занимались многие ученые-экономисты. Среди них есть ученые, которые уделяли особое внимание эффективности использования основных средств предприятий АПК. К ним относятся А. С. Ткаченко [7], Г.В. Савицкая [6], П. Ф. Парамонова [5] и др. Анализ литературных источников показал, что существует очень мало работ, которые посвящены ана-

лізу эффективного использования основных средств отрасли сельского хозяйства, а также работ, в которых отражены мероприятия по повышению эффективного их использования в современных условиях.

Основной целью анализа основных средств является поиск путей повышения производительности и эффективности их использования.

Задачи анализа основных средств:

- расчет обеспеченности предприятия и его подразделений средствами труда с применением обобщающих и частных показателей;
- выявление причинных изменений их уровня;
- оценка чувствительности объема производимой продукции и других показателей к степени использования основных средств;
- определение степени использования мощностей производства и оборудования предприятия;
- поиск резервов эффективного использования основных средств.

Объектами анализа основных средств являются показатели их состояния, состава и структуры, эффективности использования [9, с. 82].

Анализ методик эффективного использования основных средств предприятий АПК позволил выделить основные направления их анализа (Рисунок 1).

На сегодняшний день существует большое количество подходов к оценке эффективности использования основных средств. Некоторые ученые считают, что эффективность использования основных средств может быть охарактеризована системой показателей двух групп: в первую группу включают показатели эффективности воспроизводства основных средств, а вторую группу составляют показатели использования основных средств [4, с. 51].

Также многими учеными в качестве критерия эффективного использования основных средств предлагается рост объемов производства продукции [2, с. 1342].

Однако большинство ученых-экономистов показатели эффективного использования основных средств подразделяют на обобщающие и частные.

Показатели, которые позволяют охарактеризовать использование основных средств на всех уровнях предприятия, отрасли и народного хозяйства в целом, являются обобщающими. К таким показателям относятся фондоотдача и рентабельность.

Натуральные показатели, которые используются на предприятиях и в их подразделениях, являются частными. Они могут быть классифицированы на интенсивные и экстенсивные [3, с. 114]. Интенсивные показатели показывают объем выхода продукции в единицу времени с определенного оборудования. Экстенсивные показатели позволяют дать характеристику основным средствам во времени.

Показатели эффективного использования основных средств приведены в таблице 1.

На рисунке 2 приведены основные проблемы предприятий АПК, которые при ведении ими хозяйственной деятельности могут привести к снижению эффективного использования основных средств.

Мероприятия, которые направлены на повышение эффективного использования основных средств должны обеспечивать рост производства продукции сельского хозяйства за счет эффективного использования внутрихозяйственных резервов, полного использования машин и оборудования, сокращения сроков освоения вновь вводимых в действие мощностей. Это позволит уменьшить потребность предприятия АПК во вводе новых производственных мощностей при изменении объема производства. В итоге результатом такой политики будет эффективное использование прибыли предприятия АПК, возрастут отчисления из прибыли в фонд потребления и большая часть фонда накопления будет направляться на механизацию и автоматизацию технологических процессов [5, с. 481].

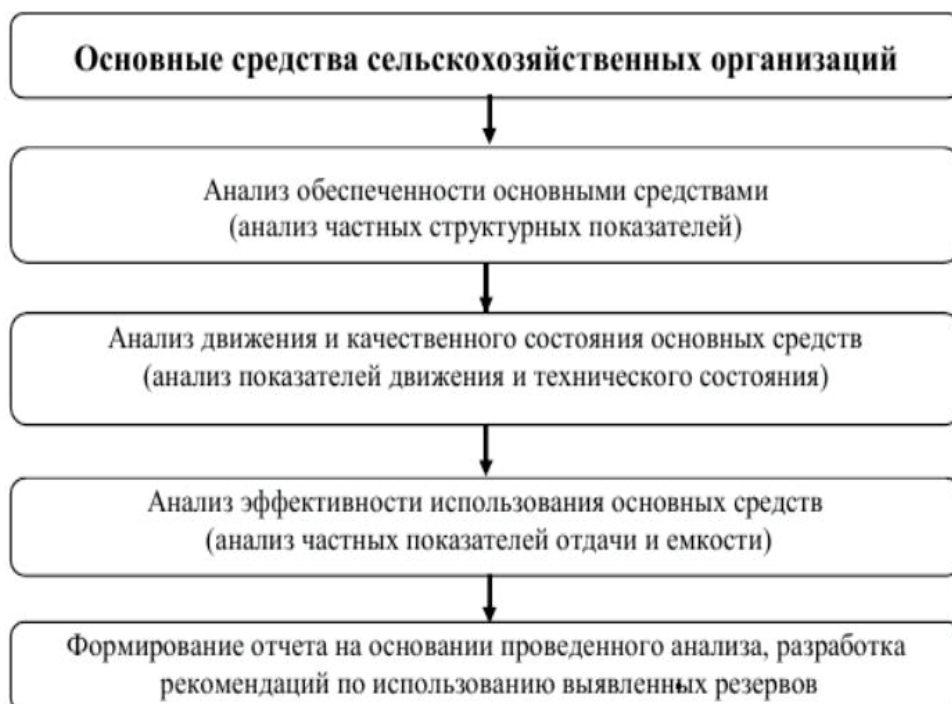


Рис. 1. Последовательность анализа эффективного использования основных средств предприятий АПК

Таблица 1. Показатели эффективного использования основных средств

| Показатель | Формула расчета | Характеристика показателя |
|---------------------|---|--|
| Фондоотдача | $\Phi_o = B/O\Phi$ где B — выручка; OΦ — среднегодовая стоимость основных фондов. | Показывает отдачу на каждый вложенный в основные фонды рубль, результат от этого вложения средств. |
| Фондоёмкость | $\Phi_{смк} = O\Phi/B$ | Показывает сколько основных фондов приходится на 1 рубль продукции, выпущенной или реализованной. |
| Фондорентабельность | $\Phi_r = \text{НП} / O\Phi$ где НП — прибыль до налогообложения | Показывает сколько прибыли приходится на единицу стоимости основных фондов производства предприятия. |



Рис. 2. Основные проблемы эффективности использования основных средств предприятий АПК

Фондоотдача активной части основных средств зависит от объемов продаж продукции сельского хозяйства, в связи с этим организации должны регулярно проводить мероприятия, которые направлены на повышения эффективного использования основных средств:

- повышать квалификацию агрономов в области роста урожайности сельскохозяйственных культур (кукуруза и озимая пшеница);
- проводить оптимизацию структуры площадей для посева с целью замены сортов с низкой урожайностью на высокоурожайные и районированные;
- усилить контроль сбора урожая в оптимальные сроки, чтобы избежать его потерь;

— закупить дождевальные установки, необходимые для поддержания оптимальной влажности почвы в период созревания урожая [8, с. 689].

Эффективное использование основных средств предприятий АПК является важным условием, которое обеспечивает устойчивое развитие всех отраслей с наименьшими материальными и финансовыми затратами, позволяющим наращивать производство сельскохозяйственной продукции без дополнительных капитальных вложений, рационально использовать плодородие земли [10, с. 203].

Таким образом, для проведения анализа и оценки эффективного использования основных средств на предприятиях АПК применяются обобщающие и частные показатели.

Каждый показатель характеризует отдельные аспекты использования основных средств. Результаты анализа позволяет выявить резервы повышения эффективного использования основных средств. Анализ эффективности использования основных средств в АПК имеет свои особенности, которые обусловлены как спецификой отрасли, так и меняющимися хозяйственными отношениями, которые происходят в на-

стоящее время, поэтому мероприятия по улучшению использования основных средств должны учитывать их структуру и предусматривать обеспечение роста объемов производства продукции за счет эффективного использования внутрихозяйственных резервов, полного использования машин и оборудования, сокращения сроков освоения вновь вводимых в действие мощностей.

Литература:

1. Об утверждении Федерального стандарта бухгалтерского учета ФСБУ 6/2020 «Основные средства»: приказ Минфина от 17.09.2020 № 204н // СПС КонсультантПлюс. Законодательство. — URL: <http://www.consultant.ru/> (дата обращения: 03.12.2023).
2. Иванова Е. С. Основные производственные средства и эффективность их использования // Экономика и социум. — 2022 — № 1 (20). — С. 1341–1344.
3. Канке, А.А., Кошечкина И. П. Анализ финансово — хозяйственной деятельности предприятия / А. А. Канке, И. П. Кошечкина — М.: ИД «ФОРУМ». ИНФРА — М, 2021. — 288 с.
4. Мироседи С. А. Риски, влияющие на эффективность использования основных средств / С. А. Мироседи, Ю. Е. Яшина // Современные аспекты экономики. — 2023 — № 4 (224). — С. 51–54.
5. Парамонов П. Ф. Система производственного обслуживания сельского хозяйства: теория и практика / П. Ф. Парамонов, И. Е. Халявка — Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета (Научный журнал КубГАУ) — Краснодар: КубГАУ, 2021. — № 05(089). — 548 с.
6. Савицкая, Г. В. Комплексный анализ хозяйственной деятельности предприятия: учебник / Г. В. Савицкая. — М.: НИЦ Инфра-М, 2019. — 607 с.
7. Ткаченко, А. С. Совершенствование учета основных средств и показателей для анализа их использования в сельскохозяйственных организациях: монография / А. С. Ткаченко, Ю. И. Сигидов, А. И. Трубилин — Краснодар: КубГАУ, 2019–203 с.
8. Халявка И. Е., Васильева Т. А. Мероприятия по повышению эффективности использования основных производственных фондов сельскохозяйственной организации / И. Е. Халявка, Т. А. Васильева // Форум молодых ученых — 2022. — № 4(8). — С. 682–689.
9. Чернышева, Ю. Г. Анализ финансово — хозяйственной деятельности / Ю. Г. Чернышева — Ростов — на — Дону: «Феникс», 2020. — 284 с.
10. Эффективность использования производственных ресурсов в сельском хозяйстве: коллектив. моногр. / под общ. ред. проф. Парамонова П. Ф. — Краснодар: КубГАУ, 2020. — 244 с

Нематериальная мотивация сотрудников

Сладкова Елена Александровна, старший преподаватель;
Поливко Валентина Павловна, студент
Братский государственный университет

В статье рассматриваются методы нематериальной мотивации персонала и обосновывается их воздействие на эффективность работы организации.

Ключевые слова: *сотрудники, методы нематериальной мотивации, деятельность организации.*

На первый взгляд тема мотивации сотрудников может показаться «заезженной». Но сейчас различные организации все чаще прибегают к помощи специалистов с просьбой разработки системы нематериальной мотивации. Каждый управляющий хочет, чтобы в его компании была самая лучшая, самая сплоченная и самая эффективная команда. Существует множество различных методов достижения такого результата, от сложнейших — нанять специально обученного для этого человека, он проведет различные анализы, направленные на выявление проблем в коллективе, в управлении этим коллективом

и так далее; до простейших — нужно всего лишь относиться к своей команде как к своей семье, должно быть понимание и доверие, и возможно тогда мотивация и вовсе может не пригодиться [1].

Именно эти простые способы рассмотрим. Начать нужно с самого начала — с отбора подходящих кандидатур в свою команду. Желающих попасть на ту или иную должность будет много, но ведь нам нужны именно те, кто будет служить компании верой и правдой много лет. Поэтому при найме на работу стоит описать потенциальному сотруднику реальную «среду

обитания», в которую ему предстоит войти. Часть кандидатов на этом этапе «отсеются» сами. Кому-то может не нравиться сложившаяся организационная культура, а возможно чьи-то ценности не совпадут с вашими и их цели совершенно различны с вашим видением и отношением к перспективам компании [2].

Итак, сотрудники набраны, пойдём дальше. Ещё одной важной проблемой является неиспользование навыков сотрудника, которые для него самого дороги и важны. Выполняя каждодневную работу, не реализовывая свои умения, он заскучает и начнет подумывать о переходе в другую компанию, где этим его знаниям придадут большее значение. В этом случае нужно дать понять сотруднику, что вы цените те или иные его навыки, которые он получил ранее. А для этого можно поручить ему временную, проектную задачу, даже если она займет совсем немного времени. Вы и с себя снимите небольшую обязанность, и сотруднику будет приятно, что его знания пригодились компании. Но никто и не отменял обучение в организации. Для многих очень важен карьерный рост и получение новых знаний.

Хочется поговорить ещё и о совещаниях. Их продуктивность зависит от того, в какой степени сотрудники воспользовались возможностью высказаться, донести до руководителя и остальных свою точку зрения, свои предложения и были ли приняты к сведению в дальнейшем их слова. Специалисты советуют «превратить совещания в праздник». На практике доказано, что лучше сделать совещания некими «посиделками» в дружеской обстановке. Таким образом, сотрудники больше раскрываются, они чувствуют себя свободнее, а следовательно, могут не стесняясь огласить свои идеи и предложения в отношении поставленной задачи. Для того, чтобы обязательное совещание стало хоть немного похоже на дружескую встречу, стоит проводить его только тогда, когда это действительно нужно. Как говорил Лорд Фокленд, «если нет необходимости принимать решение, необходимо не принимать решения» [3]. И он прав. Не бывает каждодневных проблем, если только одна проблема не была решена полностью и теперь она растягивается на долгий срок. Также каждый день сотрудники не будут блистать восхитительными идеями, так что от каждодневных совещаний вы и сами будете только терять время.

В каждом взрослом живет ребенок и можно попробовать внести в совещания небольшой игровой элемент. Например, за опоздания или пассивное участие в совещании назначать наказания не в виде лишения премии или вычетов из зарплаты, а в шуточной форме — налить всем чай, стать организатором корпоратива или ведущим на ближайшем празднике. Именно во время совещания стоит решить все конфликты, возникшие в коллективе. И желательно сделать это незамедлительно, пока это не вылилось в глобальную проблему, из-за которой в компании будет не сплоченная команда, а кучка ненавидящих друг друга людей. Здесь же стоит, и похвалить выделившихся со-

трудников — при всех. Они уйдут окрыленными и вдохновленными на новые «подвиги». Но, ни в коем случае не стоит ругать кого-то на таком мероприятии, никто не хочет, чтобы его промахи выносились на всеуслышание. И теперь совещания стоит рассматривать не как скучную обязаловку и тягомотину, а как творческий и полезный для бизнеса и коллектива процесс [4].

Существует ещё одна очень важная проблема, по которой сотрудник, скорее всего в ближайшее время захочет от вас уйти — это отсутствие личного и карьерного роста. Или, к примеру, за ним закреплена такая работа, результаты по которой будут видны только в конце длительного отрезка времени. Не у каждого найдется столько терпения, чтобы увидеть плоды своей деятельности спустя много лет. В таком случае время от времени стоит создавать для сотрудников краткосрочные задачи, обычно в областях, смежных с его специализацией. А можно и попробовать изменить его статус не изменяя должности, например, предложить руководство временным проектом. Но можно столкнуться и с другим случаем, когда все эти методы не действуют и повысить в должности такого сотрудника уже невозможно, так как выше только ваша должность, а понижение эффективности труда подчиненного становится все больше, то, скорее всего это значит, что руководитель среднего звена уже вырос из этой должности. А может в своей голове он уже даже вынашивает мысль о создании своего бизнеса. Такому сотруднику можно предложить руководство целым отделом, за который он будет нести полную ответственность. Ну а если этот человек очень важен и незаменим для компании, то можно даже сделать его партнером по бизнесу. Тут уже, конечно, руководителю решать — или попрощаться с ним, или же делиться прибылью компании. Но как бы там ни было, стоит подыскивать на его место нового сотрудника, так как рано или поздно такой человек, скорее всего все равно захочет быть полностью самостоятельным, открыть собственное дело, зная уже много премудростей в этом. Здесь можно только пожелать ему удачи и распрощаться, его уже ничем не остановишь.

Вот несколько самых простых, но немаловажных и действующих методов нематериальной мотивации. Конечно, для их соблюдения в первую очередь руководителю нужно работать именно над собой. Нельзя только отдавать указы, нужно стать для своих сотрудников таким же коллегой и другом [5].

У каждого человека есть своя внутренняя мотивация. «Потребности представляют собой желания, стремления к определенному результату» [6, с. 13]. Человек сам знает, чего он хочет получить от жизни и что ему для этого нужно. Каждый руководитель хочет видеть у себя в компании именно мотивированных людей и из всего разнообразия методов нужно выбрать те, которые не будут напрямую являться именно толчками к работе, а которые будут помогать приходить на работу как на праздник, а именно вышеизложенные методы в этом помогут.

Литература:

1. Гуняр Франсис Ж., Келли Джеймс М. Преобразование организации/ Пер. с англ. — М.: Дело, 2000. — 376 с.
2. Соломанидина Т.О. Организационная культура компании. — М.: ООО «Журнал» Управление персоналом», 2005. — 456 с.
3. Томилов В.В. Культура предпринимательства: учебник для вузов / В.В. Томилов. — Санкт-Петербург: Питер, 2000. — 359 с.

4. Основы менеджмента: учебник/А. К. Семенов, В. И. Набоков. — 5-е изд., перераб. — М: «Дашков и К», 2009. — 477 с.
5. Сладкова, Е. А. Мотивация персонала как основа системы управления // Труды Братского государственного университета. Серия: Экономика и управление. 2008. Т. 1. С. 124–128.
6. Уткин Э. А. Основы мотивационного менеджмента. — М.: Издательство ЭКМОС, 2000.-306 с.

Бухгалтерский учет цифрового рубля

Янькова Екатерина Игоревна, преподаватель
ГБПОУ «Финансовый колледж № 35» г. Москвы

Научный руководитель: Моисеенко Светлана Леонидовна, кандидат экономических наук, доцент
Брянский государственный инженерно-технологический университет

В статье рассматривается новая форма валюты — цифровой рубль, введение которой является абсолютной новацией платежных операций в РФ. Рассмотрен понятийный аппарат, механизм проведения учетных операций в коммерческих организациях.

Ключевые слова: цифровая валюта, безналичный расчет, электронный кошелек, электронная платежная система, бухгалтерский учет расчетов.

Accounting for digital ruble

Yankova Ekaterina Igorevna, teacher
State Budgetary Educational Institution «Financial College No. 35» in Moscow

Scientific advisor: Moiseenko Svetlana Leonidovna, candidate of economic sciences, associate professor
Bryansk State Engineering and Technology University

The article discusses a new form of currency — the digital ruble, the introduction of which is an absolute innovation in payment transactions in the Russian Federation. The conceptual apparatus and the mechanism for carrying out accounting operations in commercial organizations are considered.

Keywords: digital currency, cashless payments, electronic wallet, electronic payment system, accounting of payments.

Развитие цифровой экономики в современном инновационном обществе повлияло на развитие платежного рынка, в частности, на появление новых видов финансовых услуг, которые характеризуются уникальными качествами. Цифровые технологии, в том числе, включают цифровизацию платежных инструментов. В частности, в нашей стране появилась третья форма национальной валюты или CBDC (Central bank digital currency), абсолютно равнозначная наличным и безналичным денежным средствам, которую можно будет применять в расчетах между юридическими и физическими лицами. Каждый цифровой рубль — это уникальный код (идентификатор), который, однако, не является разновидностью криптовалюты ни в какой ее форме. Отметим, что криптовалюта не имеет эмитента, который бы выступал полноценным финансовым гарантом и отвечал по возникающим обязательствам. В отличие от криптовалют, эмитентом цифрового рубля выступает Банк России, на платформе которого будут размещены цифровые рубли граждан и юридических лиц. Курс одного цифрового рубля всегда будет равен рублю обычному, т.е. цифровой рубль «... объединит в себе свойства и преимущества наличных и безналичных денег, выполняя все функции денег» [6, с. 55].

Механизм осуществления платежа видоизменен. Так, для расчетов с использованием цифровой валюты обязательным

является открытие цифрового счета (в форме электронного кошелька) у оператора информационной системы [4], такая возможность предоставляется как гражданам, так и юридическим лицам и предпринимателям. Отметим необходимость наличия подтвержденной учетной записи на сайте «Госуслуги». Для осуществления расчетов по новой форме, кредитная организация из реестра ЦБ РФ предоставляет возможность использование программного обеспечения, предназначенного для взаимодействия с Клиентом.

Электронные денежные средства (ЭДС) учитываются кредитными организациями без открытия банковского счета, а их перевод осуществляется с использованием электронных средств в соответствии с нормативной базой [2; 3], т.е. предложена безналичная форма расчетов. В качестве недостатка можно отметить, что ЭДС не подлежат страхованию, а также облегчают возможность отслеживания платежей, которая сводится к мониторингу перемещения между кошельками уникальных цифровых кодов. К особенностям нового средства платежа исследователи относят также риски кибермошенничества, невозможность участия в программах лояльности экосистем и выполнения функции накопления [7].

На сегодняшний день установлен перечень банков — участников данных расчетов, которые будут обязаны добавить

символ цифрового рубля в собственные банковские приложения с функционалом открытия цифровых кошельков и ведения операций.

В бухгалтерском учете коммерческой организации возможность расчетов в новой форме должна быть закреплена в учетной политике, также необходимо внести изменения в рабочий план счетов [1]. Обобщение информации о наличии и движении цифровых рублей, принадлежащих коммерческой организации, возможно как с помощью открытия дополнительного синтетического счета в рабочем плане счетов (например, счет 53 «Счет цифрового рубля»), так и использования «традиционного» синтетического счета 55 «Специальные счета в банках», с добавлением соответствующего субсчета. Организации, имеющие право применять упрощенные способы ведения бухгалтерского учета, могут учитывать операции по счету цифрового рубля на синтетическом счете 51 «Расчетные счета», предусмотренном Планом счетов, к которому открывается аналитический счет.

Пополнение цифрового электронного счета возможно через банковский расчетный счет или внесение через кассу кредитной организации наличных денежных средств. Отражение по счетам бухгалтерского учета операций по счету цифрового рубля отражаются в бухгалтерском учете на основании инфор-

мации через участника платформы цифрового рубля. Остаток цифровых рублей в обязательном порядке подлежит инвентаризации. В бухгалтерской (финансовой) отчетности организации данный вид активов и их движение отражаются в общем порядке, в том числе, например, с учетом критерия существенности.

Обобщим преимущества цифрового рубля для участников рынка: предоставление круглосуточного доступа к электронному кошельку, универсальные тарифы по обслуживанию и переводу платежей, мгновенные транзакции. Для бизнеса и физических лиц также будет предоставлена услуга заключения смарт-контрактов, который подписывается на платформе цифрового рубля Банка России, а обязательства по перечислению оплаты происходят автоматически.

Из вышеизложенного следует, что цифровой рубль — новая форма хранения и инновационное средство платежа. Введение цифровой валюты может серьезно повлиять на рост объема цифровых финансовых услуг, ускорит оборачиваемость оборотных средств коммерческих организаций, «...повысит надежность и безопасность расчетов» [5, с. 190]. Одновременно данная новация способна положительно повлиять на уровень внешнего финансового контроля, обеспечивая прозрачность и своевременность расчетов.

Литература:

1. Федеральный закон «О бухгалтерском учете» от 29.11.2011 № 402-ФЗ [Электронный ресурс] // Гарант: офиц. сайт. URL: <https://base.garant.ru/70103036/> (дата обращения: 20.12.2023)
2. Федеральный закон «О цифровых финансовых активах, цифровой валюте и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» от 31.07.2020 N259-ФЗ. [Электронный ресурс] // Гарант: офиц. сайт. URL: <https://base.garant.ru/74451466/> (дата обращения: 20.12.2023)
3. Федеральный закон «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» от 24.07.2023 № 340-ФЗ [Электронный ресурс] // Гарант: офиц. сайт. URL: <https://base.garant.ru/407424830> (дата обращения: 20.12.2023)
4. Положение 820-П ЦБРФ о платформе цифрового рубля от 03.08.2023 г. Электронный ресурс] // Гарант: офиц. сайт. URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/407413623/> (дата обращения: 20.12.2023)
5. Шишкина, Л. А. Цифровая валюта и цифровой рубль: современное состояние и перспективы / Л. А. Шишкина // Теория и практика инновационных технологий в АПК: Материалы национальной научно-практической конференции, Воронеж, 21–30 марта 2023 года. Том Часть III. Воронеж: Воронежский государственный аграрный университет им. Императора Петра I, 2023. С. 188–191. EDN MKINPS.
6. Турбанов, А. В. Цифровой рубль как обязательство центрального банка / А. В. Турбанов // Актуальные проблемы российского права. 2023. Т. 18, № 4(149). С. 41–60. DOI 10.17803/1994–1471.2023.149.4.041–060. EDN JEFJPY.
7. Медведева, Л. Д. Об обращении цифрового рубля на платформе Банка России / Л. Д. Медведева // Вестник Алтайской академии экономики и права. 2023. № 9. С. 83–87. DOI 10.17513/vaael.2977. EDN OEFKMC.

МАРКЕТИНГ, РЕКЛАМА И PR

Специфика контента в Telegram

Ерыгина Мария Олеговна, студент магистратуры

Научный руководитель: Новинкина Екатерина Алексеевна, кандидат филологических наук, доцент
Белгородский государственный национальный исследовательский университет

В статье автор исследует специфику контента в социальной сети Telegram.

Ключевые слова: Telegram, социальные сети, контент, продвижение.

Продвижение Telegram-каналов зависит от публикации контента. В отличие от социальных сетей данные каналы являются автономными и располагаются в хронологическом порядке. Каналы, как правило, являются узконаправленными и имеют определенную тематику. Для привлечения аудитории нужно собирать актуальные подборки и интересную информацию. Развитие каналов требует написания авторского контента, разработки контент-плана, и разнообразной вариации подачи информации. Ведение Telegram-каналов создает новые реалии медиакоммуникации, поскольку любой автор может выступать лидером мнения в конкретной области [9].

Примечательно, что требования подписчиков в Telegram-каналах ориентировано на качество передаваемой информации. При этом визуальная составляющая уходит на второй план. Рассмотрим более подробно требования к контенту каналов мессенджера:

- Актуальный и уникальный контент по тематике сообщения;
- Наличие авторской составляющей в написании контента;
- Использование проверенных материалов для создания контента (профессиональная литература, другие блоги, Интернет);
- Сбор обратной связи с аудиторией и коррекция контента.

Каналы могут быть как открытыми, то есть доступными для всех, так и закрытыми, в такие каналы участники могут вступить лишь по ссылке-приглашению. По состоянию на 2020 год в TGstat насчитывается более 220 тысяч каналов, 133 тысячи из которых являются русскоязычными. Сегодня в Телеграмме есть каналы на любую тему, кроме того, можно отметить тренд на заполнение менее популярных ниш, которые узкоспециализированы. Например, в 2019 году выросла доля каналов в категориях «Для взрослых» и «Продажи» [3, с. 47]. Популярные темы в Telegram, согласно данным статистики, представлены на Рис. 1.

Самая популярная тема для публикаций в Telegram — новости (82%). На втором месте — тема развлечения и политики (59% соответственно). На третьем месте — каналы об образо-

вании (55%). Меньше всего пользователи Telegram интересуются каналами известных компаний (11%) и поиском работы (15%).

Помимо тематической сегментации, для Telegram-канала важна фигура автора в аспекте авторской, эксклюзивной подачи медиаматериалов. Автор Telegram-канала мог быть анонимом, авторской группой, мог использовать выдуманную маску, но на практике Telegram давал возможность профессионалам или увлекающимся энтузиастам на безвозмездной основе создавать высококачественные медиатексты интересующей их проблематики, зачастую «нишевой», специфической, но позволяющей получать контент не через многократное посредничество СМИ и СМК, а непосредственно у его специалистов в избранной области. Уникальность контента, «авторский взгляд» обязательно подчеркивались в профайле канала и апеллировали ко вдумчивому читателю: актуализация критерия «качества» и «авторства» как показателя самостоятельности и состоятельности текста неизбежно повышает требования к пользователю. Можно сказать, что Telegram предоставил площадку для встречи заинтересованного медиаавтора и благодарного медиачитателя [14, с. 326].

Telegram довольно многогранная социальная сеть и помимо стандартного набора функций как обмен сообщениями в группах и диалогах, мессенджер дает возможность сохранять неограниченное количество файлов и документов, создавать и вести свои каналы (микроблоги), разрабатывать и использовать ботов. Каналы в Telegram как правило используют в качестве: новостных лент, продвижения своего канала (блога), группы, продажи или обзора различных услуг и/или товаров, оповещения о скидках и акциях, а также ботов.

Анализируя данные статистики, можно сказать, что более четверти опрошенных используют Telegram для рабочей переписки (85%). В качестве бизнес-переписки — 28%, групповые чаты (до 50 человек) — 43%, групповые чаты (от 50 человек) — 30%, каналы (как автор) — 18%, боты 42% и игры (встроенные) — 4%. Также по статистике 70% пользователей привлекает сам

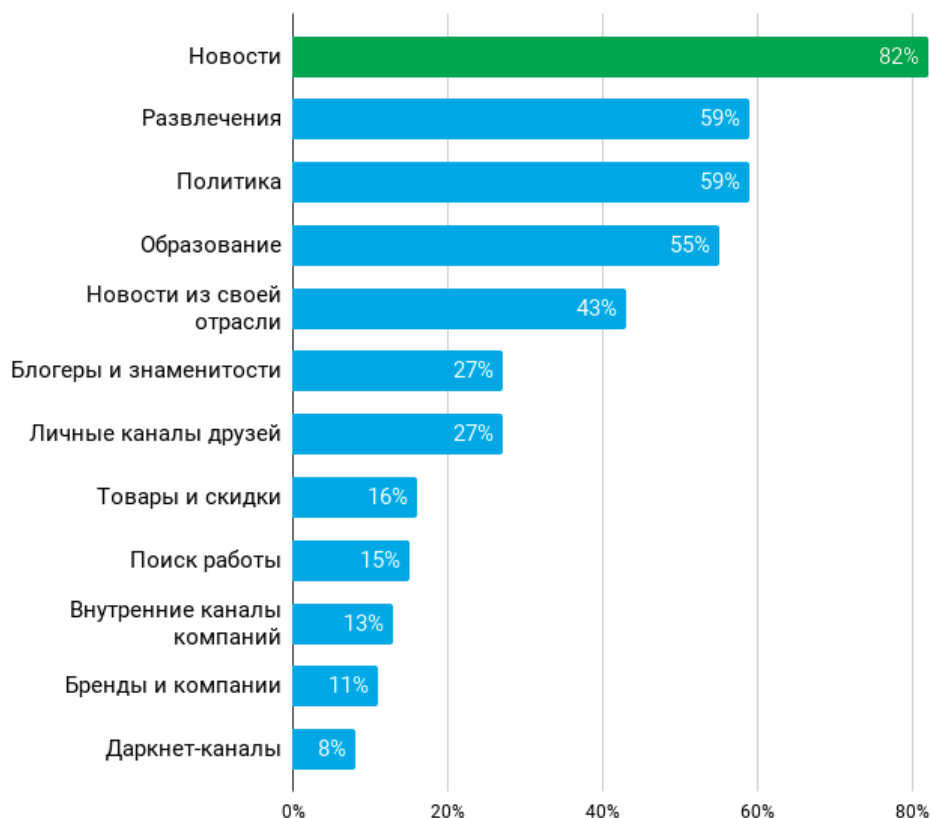


Рис. 1. Наиболее популярные темы в Telegram-каналах [13]

формат телеграм-каналов — они нравятся больше, чем группы в Facebook и VK. Для 43% пользователей «Телеграм» является главным мессенджером для общения. Примерно четверть использует его для скачивания музыки, фильмов, книг [17].

Изучение жанровой специфики контента Telegram-каналов позволяет выделить ряд следующих особенностей:

Диалогичность — это выражение в тексте (его организации) средствами языка взаимодействия общающихся в коммуникативно-познавательном процессе, понимаемое как соотношение двух или более смысловых позиций: это и учет позиции адресата (читателя), и второго «Я», и возможных оппонентов, а также отражение в речи собеседника диалога. К лингвистическим проявлениям диалогичности, наиболее часто встречающимся в коммуникации с помощью мессенджеров, следует отнести восклицательные предложения, императив, незаконченные предложения, употребление личных местоимений 1-го и 2-го лица, глаголов в форме 1-го и 2-го лица, междометий и т.д. Сообщения в мессенджерах имеют форму долговременного диалога, что отличает данный жанр интернет-коммуникации от остальных. Общение с помощью программ мгновенного обмена сообщениями организовано без привязки к теме их разговора. Тема диалога может меняться как в реальной жизни [2, с. 55].

Экспрессивность — свойство определенной совокупности языковых единиц, обеспечивающее их способность передавать субъективное отношение адресанта к содержанию или адресату речи, а также совокупность качеств речи или текста, организованных на основе таких языковых единиц [5, с. 94].

Одной из единиц контента, активно распространяющейся в чатах и каналах Telegram являются мемы. Мемами могут считаться любые медиаобъекты Интернета: высказывания, картинки, видеополосы, аудиополосы, «которые имеют значение и устойчиво распространяются во Всемирной паутине». Мемы представляют собой вербальные, невербальные и гибридные образования, которые объединяет два ключевых признака: воспроизводимость и высокая скорость обращения в Сети [4, с. 51].

Изучение современной коммуникации невозможно без учета новаций, связанных с внедрением в информационные сообщения эмодзи. Роль эмодзи в коммуникации можно описать тем фактом, что еще в 2015 г. эмодзи «Face with Tears of Joy» была признана Оксфордским словарем словом года по частоте употребления в сети Интернет [16]. Аналитическое исследование показывает, что почти 80% современных сообщений содержат эмодзи. При этом около 40% всех сетевых сообщений содержат исключительно эмодзи в качестве своего содержания [8, с. 89]. Как отмечает Ю.А. Иноземцева, современные эмодзи выступают в качестве самостоятельной единицы высказывания, которые выполняют роль невербальной коммуникации, отсутствующей при сетевом общении [7, с. 24].

Ключевыми характеристиками использования эмодзи в коммуникации является эмоциональное содержание: положительное, отрицательное, бивалентное и амбивалентное. Особое внимание уделяется двум последним эффектам от употребления эмодзи. В частности бивалентность передается неоднозначность высказывания, которое содержит, как положительные, так и отрицательные коннотации. В то время, как

амбивалентное содержание создает препятствия в коммуникации, поскольку не дает однозначной интерпретации содержания сообщения без необходимого контекста.

Возможности мессенджера Телеграмм позволяют использовать эмодзи следующим образом:

Во-первых, в качестве реакции на выложенный пост.

Во-вторых, в качестве комментария.

В-третьих, в качестве реакции на комментарий.

Анализ научной литературы позволил выявить следующие функции эмодзи:

Во-первых, дублирование информации, которое заключается в дополнении текста эмоциональной реакцией с помощью эмодзи.

Во-вторых, замещение информации, которое выражается в замене части текста на эмодзи с сохранением смысла сообщения.

В-третьих, смыслообразование, которое направлено на полное замещение текстовой информации на череду эмодзи с понятным смысловым содержанием.

В-четвертых, дополнение подтекста к текстовому сообщению [10, с. 14].

Telegram продолжает активное развитие и внедряет новые технологии в мессенджер. Так в 2023 г. появились истории, как возможность публикации фото- и видеосообщения с текстом и ссылками на другие ресурсы. Истории доступны пользователям и каналам с Premium подпиской. Данная функция позволяет делиться наиболее актуальной информацией: новостями и информацией об акциях и предложениях компании. Кроме того, истории позволяют оперативно взаимодействовать с пользователями и собирать обратную связь. Для этого можно использовать формат «вопрос-ответ», чтобы отработать возражения клиентов. Кроме того, сторис позволяют проводить следующие форматы взаимодействия:

— Рассказать о позитивном опыте потребления клиентами продукции компании;

— Проведение конкурса для привлечения новых подписчиков;

— Рекламирывать свои услуги;

— Укрепить лояльность аудитории и создать доверительные отношения с подписчиками;

— Показать внутреннюю сторону работы компании.

Важным элементом продвижения и коммуникации автора канала с пользователем выступают визуальные изображения. Качественная визуализация является залогом эффективной маркетинговой стратегии, поскольку визуальная информация лучше воспринимается и запоминается на более длительный срок [12, с. 73]. Как отмечают исследователи, графические образы быстрее влияют на когнитивное и эмоциональное восприятие зрителя. Современные тенденции показывают, что подписчики все с большим трудом воспринимают текстовую

информацию без выделенных ключевых элементов и иллюстраций, что связано с переходом от книжного к «клиповому» мышлению и проблемам с вниманием, памятью и установлением причинно-следственных связей [6, с. 158]. Таким образом, пользователь подстраивается под элементы контента, которые способствуют скорости считываемой информации и создают условия для вычленения главного из массива информации. В этом случае визуальный контекст выступает в качестве обобщения или сжатого содержания всего текста. Типология визуального контента позволяет выделить следующие формы:

— Непосредственно изображения (картинки, фотографии, скриншоты, рисунки);

— Видеоролики, анимацию;

— Инфографику;

— Gif-анимацию [1, с. 53].

Наличие визуальной составляющей в постах канала направлено на создание прецедентности, под которой понимается узнаваемость смыслового содержания для большого количества аудитории. В связи с этим, визуальный контент выполняет ряд следующих функций:

Во-первых, создание комического эффекта за счет аллюзии к текстовому содержанию на известную ситуацию.

Во-вторых, передача эстетической составляющей, которая направлена на узнаваемость бренда и экспрессивность высказывания.

В-третьих, организация контекста для высказывания, который будет способствовать диалогу. Достижение данной цели ориентировано на общий культурный код и является отсылкой к персонажам книг или фильмов.

В-четвертых, наличие игрового эффекта, которая направлена на интеллектуальное соревнование и требует от читателя декодирования сообщения [15, с. 124].

По мнению М.Г. Левченко, визуальный контент выполняет еще несколько важных функций. С одной стороны, изображения позволяют иллюстрировать текстовый материал. С другой стороны — знакомят подписчиков с автором канала или брендом, что повышает вовлеченность и узнаваемость. Как следствие, формируется повышенное доверие пользователей к каналу [11, с. 115].

Таким образом, можно сделать вывод о том, что создание контента в мессенджере Telegram требует авторской подачи, поскольку аудитория заходит на каналы с целью получения уникального контента. Визуальная составляющая, в отличие от других мессенджеров и социальных сетей, в Telegram не так важна, как смысловая составляющая.

Важной особенностью является жанровая специфика, которая заключается в использовании сниженной лексики, мемов, диалогичности, устно-письменной спецификации речи.

Литература:

1. «Дуров жарит, Жаров дурит». Как развивался конфликт России и Telegram // Alt.Медиа. [Электронный ресурс]. URL: <http://telegra.ph/Durov-zharit-ZHarov-durit-Kak-razvivaetsya-konflikt-Rossii-i-Telegram-06-26> (дата обращения: 15.03.2023)
2. Аванесян Н.Л. Telegram как пример мессенджера: возможности и перспективы развития [Текст]// Научный потенциал XXI века: Сборник материалов Международной научно-практической конференции.: Академия, 2017.— 61–65 с.
3. Вахштайн В. «Практика» vs. «Фрейм»: альтернативные проекты исследования повседневного мира // Социологическое обозрение. 2008. № 1.

4. Добросклонская Т. Г. Медиаатекст: теория и методы изучения // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика, 2005. — 28 с.
5. Дорохин В. Н. Феномен политических Telegram-каналов как инновационных цифровых СМИ в России // Вестник Воронежского государственного университета. — 2019. — 104 с.
6. Епишкин И. И. Telegram-каналы: причины запуска проектов и инструменты продвижения // МедиаАльманах. — 2017. — № 3. — 30–41 с.
7. Иванов А. Д. Чат-бот в Telegram и ВКонтакте как новый канал распространения новостей // Вестник ВУиТ. 2016. № 3.
8. Караваев Н. Л. Связь эмпирического опыта с процессом субъективизации информации // Вестник ЧелГУ. 2009. № 29. — 84–87 с.
9. Кознова Н. Н., Татур И. А. Особенности присутствия СМИ в Telegram // E-SCIO. — 2019. — 546–552 с.
10. Кононов Н. В. Код Дурова. Реальная история ВКонтакте и её создателя. — Манн, Иванов и Фербер, 2012.
11. Коноплев Д. Э. Telegram как новая среда коммуникации в СМИ и соцсетях // Знак. Проблемное поле медиаобразования. 2017. — № 3. — 198–200 с.
12. Маклюэн М. Галактика Гутенберга. Становление человека печатающего. — 2-е изд. — М.: Академический Проект, Гаудеамус, 2013.
13. Мессенджер Telegram: портрет пользователей // Исследовательский холдинг Ромир. [Электронный ресурс]. URL: http://romir.ru/studies/1023_1519851600 (дата обращения: 15.03.2023).
14. Минчук И. И. Стратегии дистрибуции новостного контента в мессенджерах Viber и Telegram // Научно-практическая конференция. — Минск: 2019. — 157–165 с.
15. Парфенова В. В. Функциональные группы российских СМИ по уровню адаптации контента на платформе мессенджера Telegram // СПб: Век информации, 2018. — 11–15 с.
16. Продвижение в соцсетях: 12 советов от главреда Медузы Галины Тимченко // MYMEDIA. [Электронный ресурс]. URL: http://mymedia.org.ua/articles/media/sovetoj_timchenko_po_sotssetyam.html (дата обращения: 21.03.2023).
17. Рейтинг русскоязычных Telegram — каналов // Telegram Analytics. [Электронный ресурс]. URL: <https://tgstat.ru> (дата обращения: 01.05.2023).

Место и роль фотографии в контенте современных СМИ

Золотарев Артем Евгеньевич, фотограф (г. Алматы, Казахстан)

В этой статье исследуется многогранная роль фотографии в современных медиа, прослеживается ее эволюция от простого инструмента документирования до мощного средства повествования и влияния.

Статья начинается с исторической перспективы, освещающей трансформацию фотографии с появлением цифровых технологий. В ней рассматривается возросшая роль фотографии в журналистике как инструмента аутентичности и эмоционального воздействия, особенно в эпоху цифровой оперативности и гражданской журналистики.

В сфере рекламы в статье рассматривается, как фотография используется для создания убедительных повествований о бренде и влияния на поведение потребителей.

Появление социальных сетей рассматривается как ключевой фактор демократизации фотографии, создания нового визуального языка и изменения эстетических и жизненных устремлений.

В статье также рассматривается культурное и этическое значение фотографии в формировании нарративов общества и связанная с этим ответственность. В перспективе рассматривается потенциальное влияние новых технологий, таких как AI, AR и VR, на будущее фотографии в медиа.

Ключевые слова: фотография в медиа, цифровая фотография, фотожурналистика, реклама и фотография, социальные медиа и фотография.

В постоянно развивающемся ландшафте современных медиа фотография занимает ключевое место. Начиная с печатных страниц первых газет и заканчивая динамичными сферами цифровых платформ, фотография постоянно адаптируется, влияя на меняющуюся медиасреду и подвергаясь ее влиянию. В этой статье исследуется роль и значение фотографии в современных СМИ, рассматривается ее влияние на журналистику, рекламу, социальные сети и культурную репрезентацию.

Историческая перспектива

Путь фотографии в медиа начался в XIX веке, революционизировав способы рассказывания историй. Изначально она была инструментом для документирования, обеспечивая визуальное дополнение к текстовой информации. По мере развития технологий универсальность и доступность фотографии увеличивались, что сделало ее краеугольным камнем журналистской честности и повествования [1, с 184].

Журналистика и документальная фотография

В журналистике фотография служит мощным инструментом повествования и передачи правды. Она запечатлевает моменты, которые невозможно передать словами, предлагая визуальный контекст, который часто вызывает эмоциональный отклик.

Фотожурналистика сыграла решающую роль в документировании значительных событий — войн, политических движений, стихийных бедствий, — сделав их достоянием общественности с непосредственностью и воздействием. Такая оперативность визуальной информации, особенно в цифровую эпоху, переосмыслила потребление новостей, сделав их более доступными и увлекательными.

Фотография в рекламе

Рекламный мир использует фотографию для создания убедительных историй. Это средство, которое может вызывать желания, стремления и эмоции, определяя поведение потребителей. Фотография в рекламе прошла путь от простого представления продукта до создания образа жизни и идеологии, часто задающих тенденции и определяющих общественные стандарты красоты, успеха и счастья.

Социальные медиа и демократизация фотографии

Социальные медиа демократизировали фотографию, позволив каждому, у кого есть смартфон, запечатлеть моменты и поделиться ими. Такие платформы, как Instagram, Facebook и Snapchat, сделали фотографию неотъемлемой частью повседневного общения. Повсеместное распространение изображений изменило наше восприятие и взаимодействие с миром, привело к появлению культур, ориентированных на визуальное восприятие, и даже повлияло на социальные и политические движения [2, с 301].

Культурная репрезентация и этические аспекты

Фотография играет важную роль в формировании культурного восприятия и идентичности. Она может как отражать, так и опровергать общественные нормы. Нельзя недо-

оценивать силу изображения в укреплении или разрушении стереотипов. Однако эта власть связана с этической ответственностью. Такие вопросы, как согласие, репрезентативность и возможность манипуляций в цифровой фотографии, являются постоянными дебатами в сфере современных медиа [3, с 122].

Технологический прогресс и будущие тенденции

Технологический прогресс продолжает определять роль фотографии в медиа. Камеры высокого разрешения, беспилотники и программное обеспечение с искусственным интеллектом расширили возможности съемки и использования изображений. В будущем фотография в СМИ может получить больше возможностей для погружения, таких как дополненная реальность (AR) и виртуальная реальность (VR), предлагая новые способы повествования и вовлечения аудитории [4,5].

Реклама и нарративы брендов

Реклама всегда в значительной степени опиралась на фотографию для создания убедительных повествований о бренде. С наступлением цифровой эры использование фотографии в рекламе приобрело еще большее значение. Теперь бренды используют сложные изображения не только в традиционных СМИ, но и в цифровых кампаниях, электронной коммерции и социальных сетях. Визуальная привлекательность продуктов часто повышается благодаря художественной и высококачественной фотографии, которая помогает создать индивидуальность бренда и эмоционально объединить потребителей [6, с 18].

В заключение следует отметить, что роль фотографии в современных медиа многогранна и постоянно развивается. Она способна информировать, убеждать и вдохновлять. Будучи инструментом для создания историй, средством рекламы и языком социальных сетей, фотография является неотъемлемой частью современных медиа. Она не только отражает мир как он есть, но и формирует то, как мы его понимаем и взаимодействуем с ним. С развитием технологий потенциал фотографии в медиа только расширяется, открывая новые возможности для исследования и самовыражения.

Литература:

1. Бергер, Дж. Искусство видеть / Дж. Бергер. СПб.: Клаудберри, 2012.— 184 с.
2. Ганюшин, А. А. Перспективы развития визуальной коммуникации средствами цифровой фотографии [Текст] / А. А. Ганюшин // ЗПУ.— 2014.— № 1.— С. 301–305.
3. Голуб, В. А. Проблемы современной фотожурналистики в контексте прогресса цифровых фотографических технологий [Текст] / В. А. Голуб // Вестн. Том. гос. ун-та. Филология.— 2012.— № 1 (17).— С. 122–128.
4. Захаров, С. В. Тенденции и проблематика фотоиллюстрирования местных периодических изданий [Текст] / С. В. Захаров // Журналистский ежегодник.— 2012.— № 1.— С. 70–72.
5. Симакова, С. И. Влияние новых технологий на визуальный контент журналистских материалов / С. И. Симакова // Вестник Челябинского государственного университета. Сер. Филология. Искусствоведение.— 2015.— № 5 (360).— С. 163–169.
6. Симакова, С. И. Журналистика данных как объективное требование времени и её влияние на формирование визуальной журналистики [Текст] / С. И. Симакова // Знак: проблемное поле медиаобразования.— Челябинск, 2016.— № 1 (18).— С. 18–25.

Виды рекламы в интернете и их особенности

Ипатова Наталья Викторовна, студент

Научный руководитель: Калашников Евгений Владимирович, кандидат исторических наук, доцент
Северный (Арктический) федеральный университет имени М. В. Ломоносова (г. Архангельск)

В статье автор исследует эффективность рекламы в Интернете, рассматривая различные виды такой рекламы и их влияние на пользователей. Автор выделяет контекстную рекламу, медийную рекламу, видеорекламу, рекламу в социальных сетях, тизерную рекламу, email-маркетинг и push-уведомления. Каждый вид рекламы рассматривается в контексте его особенностей, преимуществ и возможных недостатков.

Ключевые слова: интернет-реклама, контекстная реклама, медийная реклама, эффективность рекламы, стратегии продвижения.

Значимость интернет-рекламы в современном мире неоспорима. Ежедневно мы сталкиваемся с ней в наших гаджетах, не задумываясь о ее воздействии на наше восприятие. Даже при огромном числе пользователей всемирной паутины, онлайн-реклама перестала быть лишь дополнительной возможностью для развития бизнеса, превратившись в неотъемлемый элемент современной действительности.

Механизм контекстной рекламы построен на концепции «оплата за клик», где рекламодатель расплачивается лишь за реальные клики по заголовку объявления, перенаправляя пользователей на свой сайт. Процесс работы контекстной рекламы выглядит следующим образом: при введении пользователем запроса появляется объявление, специально адаптированное под этот запрос. Этот метод получил название контекстного, поскольку он ориентирован на конкретный контент, предоставленный пользователем в виде запроса. Сами поисковики, такие как Google и Яндекс, выступают в роли поставщиков контекстной рекламы, а для запуска рекламных кампаний используются инструменты, такие как Google Adwords или Яндекс.Директ, соответственно.

Реклама в медийном формате представляет собой размещение изображений на сайтах-партнерах. После активации пользователь переносится на ресурс рекламодателя или конкретный раздел. Приобрести медийную рекламу можно через Google Adwords или на веб-ресурсах, являющихся участниками его партнерской сети. Возможна также прямая договоренность с владельцами веб-порталов, а создание или заказ баннеров — задача для дизайнеров. С точки зрения эффективности, медийная реклама уступает, так как появилась в самом начале и сегодня рассматривается как устаревшая. Особенно учитывая появление новых методов привлечения аудитории. Тем не менее, в сочетании с контекстной рекламой ее применение остается актуальным. При переходе пользователя по контекстному объявлению на сайт и последующем его покидании, медийная реклама «находит» пользователя на внешних порталах, таких как новостные или развлекательные, возможно, привлекая обратно с помощью скидок или других привлекательных предложений.

Видеореклама на платформе YouTube существенно отличается от телевизионной рекламы. В онлайн-среде воспринимается пользователями гораздо лояльнее, особенно если видеоролик действительно захватывающий и информативный. Здесь наилучшим образом себя проявляют:

— Вирусные видео (пользователи смотрят их десятки раз, добавляют на свои социальные страницы, делятся с друзьями);

— Обучающие записи (особенно подходят для компаний, занимающихся онлайн-обучением);

— Имиджевые клипы (показывают продукцию в лучшем свете).

Реклама в социальных сетях развивается в двух основных направлениях:

– по принципу таргетинга;

– по принципу маркетинговой оптимизации продвигаемого продукта.

Таким образом, данная форма интернет-рекламы может быть реализована путем размещения баннеров и контекстных объявлений на страницах пользователей. Кроме того, можно создавать различные тематические сообщества и активно приглашать туда подписчиков. Платформы, такие как Facebook и реклама в Instagram, предоставляют возможность эффективного взаимодействия с аудиторией, раскрывать информацию о акциях, новинках, ассортименте услуг и так далее.

Тизерная реклама — это комбинированный подход, включающий в себя элементы контекстной и медийной рекламы. В этом случае используются те же графические блоки, дополненные текстовой информацией. Тем не менее, ей обязательно присущи выразительные заголовки, способные мгновенно привлечь внимание, а также фразы, которые призывают к действию.

Впрочем, интернет-реклама бывает разной, и не все ее виды вызывают доверие. Среди них выделяется тизерная реклама. Это происходит из-за того, что ее часто используют недобросовестные рекламодатели для передачи провокационной информации. В то же время и крупные компании заказывают такую рекламу, чтобы поддержать интерес к своему бренду.

Email-маркетинг — это метод рекламы, который включает в себя отправку сообщений на электронные адреса клиентов. Процесс полностью автоматизирован благодаря специальным сервисам. Большинство компаний применяют этот инструмент некорректно, что зачастую ассоциируется со спамом. В результате этого многие предприниматели откладывают этот вид рекламы, а обычные пользователи предпочитают даже не открывать такие письма, а сразу удалять их.

Push-уведомления — новый, но весьма эффективный метод интернет-рекламы. Они представляют собой небольшой прямоугольный блок с изображением и текстом, появляющийся в правом нижнем углу экрана. Он появляется только после того, как пользователь согласился на получение уведомлений с данного сайта. Если же предложение было принято случайно или пользователь наскучил от уведомлений, то он может легко отключить их в настройках браузера. Изначально Push-уведомления использовались исключительно в веб-приложениях. Они служили для информирования пользователей о новых версиях, исправлениях и т.д. Затем рекламодатели активно привлекли эту технологию к продвижению товаров и услуг.

Литература:

1. Виды рекламы в интернете // Webtune — [Электронный ресурс] — URL: <https://webtune.com.ua/ru/statti/internet-mark/vidy-reklamy-v-internete/#id7> (дата обращения: 28.01.2024).
2. Реклама в интернете // Sendpulse — [Электронный ресурс] — URL: <https://sendpulse.com/ru/support/glossary/advertising> (дата обращения: 28.01.2024).
3. Виды интернет-рекламы // Ilion — [Электронный ресурс] — URL: <https://ilion.digital/vidy-internet-reklamy/> (дата обращения: 28.01.2024).

История рекламы: как она развивалась с течением времени

Ипатова Наталья Викторовна, студент

Научный руководитель: Калашников Евгений Владимирович, кандидат исторических наук, доцент
Северный (Арктический) федеральный университет имени М. В. Ломоносова (г. Архангельск)

В статье автор рассматривает эволюцию рекламы от Древнего мира до цифровой эры, выделяя ключевые этапы и изменения в стратегиях продвижения. Отмечается появление первых форм рекламы в Древнем мире, эскалация технологий в средневековой Европе, и расширение доступности через массовую печать в 1830–1840 годах. Статья также освещает влияние радиовещания и телевидения, культурный переворот 60-х годов, появление антирекламы в 70-х годах, и смену стратегий с появлением цифровых технологий в 2000-х годах. Последние десятилетия обозначают роль социальных медиа и маркетинга влияния, а также креативные подходы компаний в условиях кризиса COVID-19.

Ключевые слова: история рекламы, эволюция, массовая печать, цифровые технологии, социальные медиа, COVID-19.

Реклама является неотъемлемой составной частью нашей повседневной жизни, однако не многие задумываются о том, как она возникла и эволюционировала на протяжении тысячелетий. Давайте рассмотрим все этапы развития этого важного инструмента маркетинга, начиная с древних времен и проследив его развитие до наших дней [3].

Вместе с развитием торговли и ремесла в Древнем мире появились первые формы рекламы. В древней Греции и Риме торговцы использовали знаки и эпитафии на камнях и папирусах, чтобы привлечь внимание к своим услугам и продукции.

С развитием торговли и становлением рыночных отношений в средневековой Европе появились первые торговые марки и лозунги, показывающие, что именно предлагает тот или иной продавец.

С развитием массовой печати и возникновением первых газет в 1830–1840 годах реклама стала более доступной. Средства массовой информации подтолкнули рекламодателей к со-

разнообразию возможностей для продвижения в сети сегодня огромно. Независимо от характера вашего бизнеса и предлагаемых продуктов или услуг, всегда можно найти эффективные методы для раскрутки компании. Это не просто возможно, но и важно, учитывая растущее число пользователей, совершающих покупки через интернет. Так что имеет смысл вести активную работу с ними: демонстрировать рекламу, взаимодействовать в социальных сетях или показывать преимущества товаров с помощью видеороликов на YouTube.

Какие конкретно методы интернет-рекламы выбрать — решать вам. Здесь все зависит от особенностей вашей продукции, бюджета и поставленных целей.

зданию объявлений, иллюстрированных рекламных плакатов и рекламных страниц внутри газет.

С появлением радиовещания в 1920 году реклама начинает набирать обороты в период между программами. Миллионы людей слушали радио в те годы, поэтому это была прекрасная возможность для бренда донести свою рекламу до новой аудитории.

С появлением понятия потребительского общества в 1941 году, коммерция, продажи и реклама стали главными инструментами для продвижения товаров на рынок.

Появление телевидения в 1950-е годы способствовало расширению рекламного рынка. Рекламодатели начали использовать телевизионные рекламы, чтобы донести свои идеи и продукты до большей аудитории. Телевизионная реклама быстро стала ключевым инструментом маркетинга и продаж, а бренды, такие как Marlboro и Coca-Cola, стали ассоциироваться со своими характерными чертами.

В 60-х годах в США произошел культурный переворот, который отразился и на рекламе. Рекламные агентства начали

использовать темы свободы, мира и любви, чтобы привлечь внимание нового поколения потребителей. Легендарные рекламные кампании, такие как «The Pause That Refreshes» от Coca-Cola и «Think Small» от Volkswagen, стали символами эпохи.

В 70-х годах произошло разочарование в потребительском обществе, и многие люди начали отвергать рекламу в качестве формы манипуляции и массового обмана. В ответ на это, рекламодатели начали создавать «анти-рекламу», которая игнорировала стандартные рекламные приемы и стремилась быть искренней и критической.

В 80-х годах кабельное телевидение и видеоигры стали все более популярными, влияя на ориентацию рекламных кампаний на местные рынки и использование музыки и визуальных эффектов для привлечения внимания зрителей.

В 90-х годах рекламодатели начали использовать новые технологии, такие как Интернет и поисковые системы, для более целенаправленной и персонализированной доставки рекламы. Однако с появлением Интернета и мобильных устройств уверенность в традиционных методах начала падать, и некоторые компании стали прибегать к необычным методам, таким как компьютерные игры, скрытая реклама и вирусные ролики на YouTube.

В 2000-х годах рекламные компании использовали новые форматы, такие как email-рассылки, контекстная и баннерная реклама на веб-сайтах. Google запустил AdWords, а бренды, такие как Nike и Apple, продолжали внедрять креативные и инновационные рекламные кампании.

В 2010-е годы стали временем расцвета маркетинга влияния и социальной рекламы. Компании использовали социальные медиа-платформы для достижения более широкой аудитории и создания эмоциональной связи с потребителем. Сотрудничество с блогерами и инфлюэнсерами стало распространенной практикой.

Литература:

1. Вся история создания и развития рекламы кратко // Smart Estet — [Электронный ресурс] — URL: <https://www.smart-estet.ru/articles/vsya-istoriya-sozdaniya-i-razvitiya-reklamy-kratko> (дата обращения: 29.01.2024).
2. История развития рекламы // Студенческий научный форум — 2021 — [Электронный ресурс] — URL: <https://scienceforum.ru/2021/article/2018024940> (дата обращения: 29.01.2024).
3. История рекламы с древних времен и по наши дни. // Helperia — [Электронный ресурс] — URL: <https://helperia.ru/a/istoriya-reklamy-s-drevnih-vremen-i-po-nashi-dni> (дата обращения: 29.01.2024).

Роль цифровой рекламы в современном бизнесе

Ипатова Наталья Викторовна, студент

Научный руководитель: Калашников Евгений Владимирович, кандидат исторических наук, доцент
Северный (Арктический) федеральный университет имени М. В. Ломоносова (г. Архангельск)

В представленной статье исследуется важная роль рекламы в современном бизнесе. Автор рассматривает ключевые аспекты рекламной деятельности, выявляя ее влияние на повышение узнаваемости бренда, привлечение новых клиентов, установление конкурентного преимущества, создание эмоциональной привязанности и максимизацию охвата аудитории.

Ключевые слова: реклама, бренд, клиенты, конкурентное преимущество, маркетинг, стратегия, современный бизнес

В современном обществе значимость рекламы неоспорима. Без эффективных механизмов продвижения товаров даже

самые известные бренды могли бы остаться незамеченными. Аналогично другим секторам промышленности, рекламная

В рамках кризиса COVID-19 в 2020 году многие компании адаптировали свою рекламу, обращая внимание на безопасность и социальные аспекты. Компании использовали креативные подходы, чтобы поддерживать связь с клиентами в условиях карантина. Компания Burger King запустила кампанию логотипа, который представляет бренд без слов, поощряя клиентов посещать его безопасно и социально ориентированно [1].

История рекламы представляет собой увлекательный путь, который можно проследить на протяжении многих десятилетий. Реклама обладает огромной силой, способной вдохновлять и вызывать настоящие эмоции у потребителей. От уличных баннеров до рекламы на социальных платформах, рекламные компании всегда стояли на передовых позициях, используя новейшие технологии и социальные тенденции для максимизации своего воздействия.

Важно помнить, что реклама не только служит инструментом для продвижения товаров и услуг, но также представляет собой сильный культурный инструмент, способный вдохновлять людей, вызывать эмоции и внести свой вклад в их жизни. Реклама предоставляет возможность рассматривать мир с новой перспективой, предлагает новые идеи и источники мотивации [2].

Несмотря на изменения в тенденциях и технологиях, суть рекламы всегда заключалась в создании качественных идей, соответствующих жизненным потребностям и эмоциональным стремлениям наших потребителей. В центре рекламы всегда стояли люди, и несмотря на переменчивость времени, ее основной задачей остается создание контента, который отвечает нашим потребностям. С уверенностью можно сказать, что история рекламы продолжится, и будущее этого поля будет не менее захватывающим, чем ее прошлое и настоящее.

самые известные бренды могли бы остаться незамеченными. Аналогично другим секторам промышленности, рекламная

деятельность вносит существенный вклад в развитие экономики, обеспечивая успешное внедрение новых товаров и сопутствующих услуг [1].

Роль рекламы в контексте современного бизнеса и анализирует вызовы и возможности, с которыми сталкиваются компании. В частности, она фокусируется на следующих аспектах:

1. Повышение узнаваемости бренда. Реклама играет ключевую роль в формировании и укреплении узнаваемости бренда. Эффективная рекламная кампания способствует повышению осведомленности потребителей о продуктах и услугах компании, делая бренд более узнаваемым. Брендирование и создание положительного имиджа становятся основополагающими стратегическими элементами в этом процессе.

2. Привлечение новых клиентов. Одной из основных целей рекламы является привлечение новых клиентов. Рекламные кампании используют разнообразные каналы и методы для достижения широкой аудитории и привлечения внимания потенциальных клиентов. Тщательно спроектированная реклама способствует созданию привлекательных предложений, стимулируя потребителей к совершению покупок.

3. Установление конкурентного преимущества. В современном бизнесе реклама играет важную роль в формировании конкурентного преимущества для компаний. Этот эффект достигается выделением уникальных характеристик продукта или услуги, демонстрацией их превосходства перед конкурентами, а также акцентированием ценностей, которые компания предлагает своим клиентам. Рекламные кампании становятся эффективным инструментом для выделения компании среди других участников рынка и убеждения потребителей в выборе именно продукции данного бренда.

4. Создание эмоциональной привязанности. Реклама обладает способностью вызывать эмоциональные реакции у потребителей и устанавливать эмоциональную связь с брендом. Эмоциональное вовлечение достигается через использование историй, героев, элементов юмора и других креативных приемов. Таким образом, реклама превращается не только в инструмент продвижения продукта, но и в средство установления эмоциональной связи с клиентами.

5. Максимизация охвата аудитории. С появлением новых медиаплатформ и социальных сетей, реклама обрела дополнительные возможности для максимизации охвата аудитории. Рекламные кампании теперь могут быть настроены с учетом демографических данных, интересов и поведенческих паттернов пользователей. Это позволяет точно достигать целевой аудитории и повышать эффективность рекламных кампаний.

6. Измерение и анализ результатов. Современные инструменты и технологии предоставляют компаниям возможность

измерять и анализировать результаты рекламных кампаний. Рекламные платформы предоставляют информацию о просмотрах, кликах, конверсиях и других метриках, что позволяет компаниям оптимизировать свои рекламные усилия и повышать их эффективность. Реклама продолжает играть важную роль в современном бизнесе, предоставляя компаниям возможности привлечения новых клиентов, укрепления бренда, создания конкурентного преимущества и установления эмоциональной связи с клиентами. Однако, она также сталкивается с вызовами, такими как рост конкуренции, изменение потребительских привычек и внедрение новых технологий. Для достижения успеха, компании должны разрабатывать рекламные стратегии, которые способны адаптироваться к изменяющейся среде и соответствовать потребностям и ожиданиям потребителей [2].

Рассмотрим ключевые преимущества использования цифрового маркетинга и рекламы для компании:

1. Расширение охвата. Большинство клиентов начинают свой путь в сфере покупок через онлайн-пространство. Чаще всего они используют различные цифровые каналы, выбирая оптимальные варианты в соответствии с их потребностями и предпочтениями.

2. Точный таргетинг. С использованием SEO-оптимизации и стратегий в социальных сетях маркетологи могут привлекать более квалифицированных клиентов, что положительно сказывается на уровне конверсии, общей выручке и узнаваемости бренда.

3. Гибкость. Тактика цифрового маркетинга легко подстраивается под меняющиеся цели компании. Эта гибкость позволяет быстро адаптироваться к изменениям в бизнес-процессах и стратегиях.

4. Простота измерения. Маркетологи могут легко измерить результаты своей работы и определить наиболее эффективные тактики, что обеспечивает более прозрачный и контролируемый процесс оценки эффективности маркетинговых усилий [3].

В наше время предоставление объективной оценки рекламной деятельности представляет собой сложную задачу. Значимость публичных отношений (PR) обсуждается весьма подробно. Тем не менее, нельзя отрицать, что реклама окружает человека повсюду: яркие билборды, светящиеся вывески на улицах, материалы в газетах, радио и телевизионные ролики. Даже электронная почта не остается в стороне от воздействия рекламы.

Безусловно, реклама является двигателем торговли, особенно в условиях современной рыночной экономики. Ассортимент товаров представлен разнообразными предложениями, и чтобы выделить свой продукт среди тысяч аналогов, необходимо обратиться к PR. Продвижение услуги или товара становится контролируемым процессом, тщательно проработанным в мельчайших деталях.

Литература:

1. Роль рекламы в современном бизнесе: вызовы и возможности // VC.RU — [Электронный ресурс] — URL: <https://vc.ru/u/1895072-tor-media/734083-rol-reklamy-v-sovremennom-biznese-vyzovy-i-vozmozhnosti> (дата обращения: 30.01.2024).
2. Реклама в современном мире // Реклама-2024 — [Электронный ресурс] — URL: <https://www.reklama-expo.ru/ru/articles/reklama-v-sovremennom-mire/> (дата обращения: 30.01.2024).
3. Цифровой маркетинг: особенности и преимущества // Adventum — [Электронный ресурс] — URL: <https://www.adventum.ru/articles/marketing-i-reklama/digital-marketing/> (дата обращения: 30.01.2024).

Роль и место инфотейнмента в контексте образовательных медиа

Лбова Екатерина Юрьевна, студент

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» (г. Москва)

Термин «инфотейнмент» впервые появился в США в 1980-х годах, но не в привычном для нас понимании — образовательных целях и обучающем контенте — а в публицистических работах по критике масс-медиа. Как отмечает Д. А. Еремина, термин, «образованный путем аббревиации двух английских слов: INFORMATION (информация) и entertainment (развлечение), был призван определить изменения, которые происходили на американском телевидении и касались развлекательной подачи информации» [5]. В Европе термин начал употребляться в 1980-е для описания новых форматов программ, сочетающих информационный и развлекательный характер [5]. В 2000-е термин стал применяться в прессе. The New York Times и Washington Post одними из первых начали использовать политический инфотейнмент.

В конце 1990-х — начале 2000-х годов отечественные исследователи впервые использовали термин. Л. М. Землянова в русско-английском вокабулярии рассматривает его как «стремление продюсеров подавать новости в форме развлекательных передач» [6].

Следующим шагом стала связь термина с «таблоридизацией» печатных изданий, описывающая аналогичные явления применительно к газетному рынку» [1]. В 2004 году Б. Н. Лозовский предложил определение «инфотейнмента» как «развлечение информированием» [10], связывая его со структурными особенностями журналистских текстов. Драгун упоминает понятия «политейнмент, эдьютейнмент, бизнестейнмент, технотейнмент» [3]. К эдьютейнменту я обращаюсь в контексте анализа медиаобразования.

Сейчас при упоминании слова инфотейнмент первая ассоциация — образовательный контент в таких медиа как Арзамас, Правое полушарие интроверта и других, однако своими корнями термин уходит в политическую и экономическую журналистику, а к образованию гораздо большее отношение имеет эдьютейнмент.

Приемы, которые характерны для инфотейнмента как для стиля

В. А. Евдокимов в исследовании предлагает сегментировать инфотейнмент [4]: «диффамация (направляют людей в ту или иную сторону), инфотейнмент-синкретизм (у журналистского материала есть две стороны: форма и содержание, при слабом содержании журналист пытается сосредоточить внимание зрителя/читателя на форме отвлекающими маневрами, скрывая

отсутствие опыта и компетентность), инфотейнмент-иллюзия (аудитория находится в заблуждении и вектор ее мыслей уже направлен в нужную автору сторону), инфотейнмент-эталон (все следуют за интересной, харизматичной личностью ведущего, диктора)». Три из приведенных пунктов позволяют ассоциировать инфотейнмент с введением читателя/зрителя в заблуждение, поскольку происходит рассеивание внимания, апелляция к эмоциям. Такой подход плохо сказывается на доверии к изданию и может вызвать чувство обманутости. Для образовательного контента эти стилистические особенности не применимы, поскольку не несут просветительскую функцию и негативно сказываются на репутации.

Но существует «белый инфотейнмент». Он подразумевает работу с оформлением, стилистикой и расставлением дополнительных акцентов с помощью контента. Лихолобова говорит, что журналисты используют знания аудитории, чтобы вовлечь ее в процесс и поделиться мнением в комментариях [9].

Применение инфотейнмента в образовании

Рассмотрим понятие «медиаобразование», поскольку инфотейнмент применим только посредством медиума. По определению А. В. Федорова, медиаобразование — «процесс развития личности через использование средств массовой коммуникации с целью формирования культуры общения с медиа, творческих и коммуникативных способностей, развития критического мышления, умения полноценно воспринимать, интерпретировать, анализировать и оценивать медиатексты» [11].

Хангельдиева И. Г. и Богданова Е. М. рассматривают инфотейнмент как метод формирования знаний и навыков через привлечение внимания и участия аудитории. Использование инфотейнмента может быть способом привлечения интереса студентов и стимулирования их активности [12]. Если учителя используют элементы инфотейнмента — игры, видео, комиксы, то это может повысить уровень восприятия материала. Неслучайно в названии книги слово «эдьютейнмент». Это понятие облизко с инфотейнментом, но подразумевает не просто подачу информации с развлекательными элементами, а именно процесс обучения.

Таким образом, использование инфотейнмента и эдьютейнмента может быть эффективным методом преподавания, который поможет привлечь внимание студентов и повысить уровень их активности в учебной деятельности.

Литература:

1. Варганова Е. Л. Медиаэкономика зарубежных стран. М., 2003 // http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Gurn/Vart/index.php (дата обращения: 21.01.2024).
2. Вебиум: онлайн-школа подготовки к ЕГЭ // YouTube URL: https://www.youtube.com/@webium_school (дата обращения: 21.01.2024).

3. Драгун, Е. М. Инфотеймент как явление современной медиакультуры: автореф. к. культур. н. 24.00.01. М., РГГУ, 2015. 32 с.: <http://cheloveknauka.com/infotevntment-kak-vavlenie-sovremenno-v-mediakulturv> (дата обращения: 21.01.2024).
4. Евдокимов В. А. Инфотеймент в масс-медиа: панацея от скуки и эрзац дискуссии // Наука о человеке: гуманитарные исследования. 2010. — № 5. — С. 216–218.
5. Еремина, Д. А. Интерпретация термина «инфотеймент» в немецких и российских исследованиях масс-медиа / Д. А. Еремина // Медиаскоп. — 2013. — № 4. — С. 2. — EDN RSZKYZ. (дата обращения: 21.01.2024).
6. Землянова Л. М. Зарубежная коммуникативистика в преддверии информационного общества. Толковый словарь терминов и концепций. М., 1999. С. 74.
7. Исследование российского рынка онлайн-образования // Нетология URL: https://netology.ru/edtech_research_2022 (дата обращения: 21.01.2024).
8. Как на YouTube определяется образовательный, документальный, научный и художественный контент // Справка — YouTube URL: https://support.google.com/youtube/answer/6345162?hl=ru&ref_topic=9282435#zippy= (дата обращения: 21.01.2024)
9. Лихолобова К. Д. Прецедентные феномены как речевой инструмент инфотеймента [Электронный ресурс] // URL: https://dspace.spbu.ru/bitstream/11701/4564/1/Lixolobova_VKR_PF_kak_rechevo_j_instrument_infotejnmenta.pdf (Дата обращения: 21.01.2024).
10. Лозовский Б. Н. Журналистика: краткий словарь // http://virlib.eunnet.net/metod_materials/jdictionary/?xsln=article.xslt&id=a81 (дата обращения: 21.01.2024).
11. Федоров, А. В. Медиаобразование: История, теория и методика. Ростов на/Д., Изд-во ЦББВ, 2001. С — 27.
12. Хангельдиева И. Г. и Богданова Е. М. Эдьютейнмент: от телевизионного формата до современных социальных и образовательных практик

Сравнительное исследование маркетинга СМИ в России и Китае

Ли Силинь, студент

Государственный институт русского языка имени А. С. Пушкина (г. Москва)

Исторические траектории развития СМИ в Китае и России пересекаются уже довольно долгое время. В свое время СМИ в обеих странах были государственными административными учреждениями в системе плановой экономики. Повседневная работа СМИ заключалась в выполнении приказов, качественном редактировании и рецензировании, а также в отслеживании политического мнения; вопрос о том, могут ли газеты и журналы привлечь читателей, как они распространяются и могут ли они приносить прибыль, не рассматривался, поскольку государство позиционировало СМИ в основном для пропаганды общественного мнения и не ожидало, что они принесут прибыль. Поэтому долгое время в СМИ двух стран не было рекламы. Продажи газет и журналов обеспечивались за счет государственной подписки учреждений и предприятий, поэтому небольшое разнообразие газет и журналов в обеих странах имело в то время огромные тиражи.

После того как в 1979 году Китай начал проводить политику реформ и открытости, СМИ начали отходить от первоначального курса, а после распада Советского Союза в 1991 году и принятия Закона Российской Федерации «О средствах массовой информации» российские СМИ быстро вступили в переходный период. С экономической точки зрения общее направление трансформации СМИ в двух странах одинаково — от планового функционирования к рыночному, но пути, которые они выбрали, очень разные.

Ключевые слова: китайские СМИ, российские СМИ, маркетинг.

A comparative study of media marketization in Russia and China

Li Silin, student

State Institute of Russian Language named after AS Pushkin (Moscow)

The historical trajectories of media development in China and Russia have overlapped for quite some time. At one time, the media in both countries were state administrative agencies in a planned economy. The daily work of the media consisted of following orders, quality editing and reviewing, and monitoring political opinion; whether newspapers and magazines could attract readers, how they were distributed, and whether they could make a profit were not considered, as the state positioned the media mainly to propagate public opinion and did not expect them to make a profit. Therefore, for a long time there was no advertising in the media of the two countries. Newspaper and magazine sales were provided by state subscriptions of institutions and enterprises, so the small variety of newspapers and magazines in both countries had huge circulations at that time.

After China's reform and opening-up policy in 1979, the media began to deviate from the original course, and after the collapse of the Soviet Union in 1991 and the adoption of the Law of the Russian Federation «On Mass Media», the Russian media quickly entered a transition period.

From an economic point of view, the general direction of media transformation in the two countries is the same, from planned operation to market operation, but the paths they have chosen are very different.

Keywords: Chinese media, Russian media, marketization.

I. Российские СМИ в переходный период

Сразу после распада Советского Союза новорожденная Российская Федерация разработала и ввела в действие Закон Российской Федерации «О средствах массовой информации», который определил основное направление преобразования СМИ — рыночные отношения и приватизацию.

Как и в других сферах жизни общества, российские СМИ выбрали радикальную трансформацию. Практически с момента введения Закона о СМИ большинство СМИ последовательно выходили из-под контроля государства путем перерегистрации и превращались в коммерческие организации, находящиеся в частной или коллективной собственности и получившие независимость в вопросах создания, управления, комплектования и функционирования.

За исключением небольшого числа государственных газет и периодических изданий, государство «отпустило» от себя большое количество СМИ во всех отношениях. Таким образом, российские СМИ превратились из государственных институтов плановой экономики в приватизированные коммерческие предприятия. Некоторое время журналистское поле пребывало в состоянии эйфории, казалось, что в недалеком будущем оно увидит перспективу «свободы, независимости и развития».

(I) Маркетизация российских СМИ

Маркетизация — это переход от традиционной плановой экономической системы распределения ресурсов на основе административных распоряжений к рыночной экономике, которая опирается на рыночные механизмы для достижения эффективного распределения ресурсов [1]. В частности, концепция маркетизации СМИ означает, что «СМИ освобождаются от контроля партий или правительств, а собственность на СМИ, механизм управления СМИ и производство медиaproдукции передаются в руки рынка для функционирования и завершения. Управление СМИ ориентировано на рынок, через рынок можно получить стоимость материальных ресурсов и трудовых ресурсов, потребляемых при работе СМИ, компенсацию и определенный излишек, так что СМИ могут быть самокупаемым процессом» [2]. Таким образом, с экономической точки зрения трансформация российских СМИ является рыночным процессом, это стремление правительства и политических партий выйти из-под контроля, добиться независимой работы, на рынке спроса и предложения получать прибыль, и в конечном итоге получить доступ к экономической независимости процесса.

Если взглянуть на историю изменения медиа в России, то с 1990-х годов до наших дней она прошла три этапа: период маркетизации, период приватизации и период рыночной экономики.

1. Период приватизации: В начале 1990-х годов, с принятием закона о СМИ, российские медиа начали трансформи-

роваться в сторону рыночной экономики: многие СМИ стали государственными, частными или коллективными, а государство перестало быть юридическим хозяином большинства СМИ, которые внешне кажутся предпринимательскими, на самом деле по-прежнему находятся под политизированным управлением. Иными словами, государственная политика контролирует поведение СМИ, и СМИ играют не по правилам рыночной игры, а по правилам политической игры.

2. Период рыночной трансформации. С середины и конца 1990-х годов, в условиях распада российского общества и экономики, рыночная трансформация СМИ начала искажаться. Во время тяжелого экономического кризиса многие СМИ, теряя таким образом свою экономическую независимость. Еще более странно, что олигархи «кормят» СМИ не ради прямой прибыли, а как инструмент политической выгоды. Иными словами, в середине-конце 1990-х годов экономическая природа российских СМИ отошла на второй план по сравнению с их основной целью, которая заключалась вовсе не в получении прибыли. В это время воля олигархов возобладали над регулированием рыночного механизма и стала даже более обязательной, чем административные распоряжения прошлого, в отношении работы СМИ.

Маркетинг российских СМИ в 1990-е годы был непрямым и неполным, поскольку СМИ не вышли на рынок как самостоятельный институт, что в интервью Радио Свобода в 1999 году министр печати и массовых коммуникаций России Лезин заявил: «Прошло десять лет, а наш медиарынок так и не сложился: в России нет ни купли-продажи акций, ни перепродажи предприятий, ни закрытия предприятий, и, по сути, ни одно российское СМИ не обанкротилось». [3]

3. Период рыночной экономики. В XXI веке российская политика стала более стабильной, а экономика страны улучшилась. По соответствующим данным, к 2001 году около 60% российских СМИ стали получать прибыль, общий оборот российского рынка газетных изданий достиг около 1 миллиарда долларов США, если добавить рекламу, то он достигнет 3,5 миллиарда долларов США [4]. 2000–2006 годы, рекламные доходы России с 1,12 миллиарда долларов США до 9,36 миллиарда долларов США, формируется экономическая независимость СМИ. Вся медиаиндустрия набирает обороты, и ее место в структуре российской экономики становится все более значимым.

Сегодня в России в медиасекторе занято около миллиона человек. Это знаменует собой начало рыночной экономики российских СМИ, и концепция медиаиндустрии начинает закрепляться.

Однако репрессии против олигархов и насильственная утилизация медиаорганизаций российским правительством привели к возрождению государственного капитала в медиасекторе. Сегодня государство не только контролирует медиасектор, но и является его крупнейшим владельцем: 70% электронных СМИ, 20% общенациональных газет и 80% местных газет снова принадлежат государству [5]. В настоящее время из трех круп-

нейших российских информационных агентств — ИТАР-ТАСС, «Коммерсантъ» и «Интерфакс» — первые два принадлежат государству. В 2000 году правительство скорректировало закон о СМИ, ограничив долю иностранных инвестиций в российском медиасекторе менее чем 50 процентами, а в 2001 году Путин лично одобрил создание государственного предприятия «Российская телевизионная и радиовещательная сеть» (РТРС) и передачу местных телестанций, ранее находившихся в ведении местных властей, в прямое управление федеральному правительству. В 2001 году Путин лично одобрил создание государственного предприятия «Российская телевизионная и радиовещательная сеть» (РТРС) и передачу местных телестанций, которые ранее находились в ведении местных властей, в ведение федерального правительства. Одновременно федеральное правительство увеличило финансирование местных СМИ, и в 2002 году 1956 газет во всех регионах получили из федерального бюджета в общей сложности 235 миллионов рублей, в среднем по 76600 рублей на газету [6]. Все это свидетельствует об усилении государственного макроконтроля над медиасферой в России.

Из трех вышеперечисленных этапов следует, что маркизация российских СМИ длится уже почти 20 лет. Однако в силу более важного положения СМИ как «слуги государства», по-прежнему сохраняется значительное вмешательство государства в деятельность медиаорганизаций, особенно в сфере журналистики, где свобода СМИ очень сильно ограничена.

Следует отметить, что степень маркизации СМИ тесно связана с общей экономической ситуацией в России. Конечно, политические изменения также являются важным фактором аномального развития маркизации СМИ.

(II) Направление приватизации российских СМИ

В январе 2003 года исследовательская организация Interactive News организовала в Москве саммит по медиаисследованиям под названием «Логика успеха II», одним из самых заметных участников которого был министр печати и массовых коммуникаций России Ленин. Согласно его выступлению, существует ряд проблем, которые необходимо решить в коммуникационной деятельности в России, и подход правительства к дальнейшему развитию медиаиндустрии будет четко определен во втором законе о СМИ [7]. Он включает в себя три основных направления.

1. регулирование выдачи лицензий на СМИ. В настоящее время в России еще не сформировалась рыночная экономическая среда, в которой СМИ могут получать эффективную прибыль, поэтому правительство и парламент ограничивают выдачу лицензий, чтобы сдерживать бурный рост СМИ. Доходы от рекламы являются важным источником дохода для российских СМИ, и, несмотря на то, что реклама, которая часто вставляется в телевизионные программы, оскорбительна для зрителей, она является полезным дополнением к доходам СМИ в отсутствие полного улучшения экономических условий в России.

Ограничения на выдачу лицензий на использование каналов, учитывая ограниченные ресурсы эфира, позволят избежать гомогенизации многоканальных программ. Кроме того, лицензи-

рование кабельного телевидения было менее успешным из-за неполного развертывания интерактивных сетей. Второй закон о СМИ будет регулировать использование частотных ресурсов системными операторами и провайдерами программных каналов. Время между созданием и выдачей лицензий на вещание будет сокращено и будет координироваться Министерством связи и Министерством информации и печати.

2. уменьшение зависимости местных СМИ от правительства. В будущем государство будет постепенно уходить с медиарынка, сокращать свое прямое вмешательство в работу медиарынка и создавать благоприятную рыночную и инвестиционную среду для развития СМИ в России в качестве консолидатора рынка и макрорегулятора политики, чтобы СМИ могли не только играть социальную функцию, но и выполнять медиа-экономическую функцию по созданию выгоды от рыночных продуктов.

В связи с этим Комитет по медиаиндустрии Министерства информации и печати работает над новой редакцией закона о СМИ, чтобы устранить противоречие между центральными и местными положениями закона о СМИ и устранить пробелы в распространении информации и нарушения в местной медиаиндустрии.

Правительство побуждает СМИ уменьшить зависимость от государственных субсидий, особенно от местных органов власти. Местные органы власти, которые часто контролируют владение или распространение местных СМИ, предоставляют приоритетные субсидии СМИ, принадлежащим определенным государственным учреждениям, или подписывают контракты на поставку новостей с определенными коммерческими СМИ. Местные власти знают, как позволить СМИ играть роль мегафона, а сами СМИ не способны выполнять функцию «четвертой власти», которая заключается в мониторинге политики правительства от имени общественности, в результате чего СМИ теряют социальную функцию и не выполняют свою экономическую функцию. Такая медиасреда не отвечает интересам всех россиян.

3. укрепление координирующего потенциала группы компаний «Всероссийская радиотелевизионная корпорация» (ВРТК). Всероссийская радиотелевизионная корпорация (ВРТК) является ведущей государственной организацией по управлению радио- и телевидением. В ее состав входят Российское государственное телевидение, телевидение «Культура», «Русское радио и телевидение» и «Радио Останкино». Группа компаний «Всероссийская радиотелевизионная корпорация» поддерживает пространство интеграции и целостности центральной и местной информации внутри страны, а также отстаивания политики центрального правительства и формирования общественного мнения вовне, делая государство участником и регулятором конкурентного рынка.

Характеристика китайских СМИ в переходный период

После реформ и открытости вся социально-экономическая сфера Китая постепенно начала меняться, и эти изменения привели к тому, что «рынок» постепенно переосмысливается предпринятиями. Китайская медиаиндустрия также начала осто-

рожное и постепенное реформирование, ориентированное на рынок. Финансовая безопасность, которую раньше обеспечивало государство, сокращается, а количество материальных ресурсов, необходимых для развития СМИ, растет, и медиаорганизациям приходится полагаться на собственные силы, чтобы получить достаточные материальные ресурсы.

Трансформацию китайских СМИ можно условно разделить на два этапа, то есть с 1979 по 1992 год от плановой экономической системы учреждений к рыночной экономической системе «учреждения, управление предприятием» двухколейный переходный этап и с 1992 года по настоящее время в рамках рыночной экономической системы этап промышленного развития [8].

(I) Переходный этап маркетингизации

В прошлом китайские СМИ использовали административное управление. С углублением реформы рыночной экономики китайские СМИ постепенно перешли от акцента на пропаганду к управлению, изменив предпосылку обеспечения функции пропаганды к развитию экономического подтекста СМИ в направлении развития. После того как в 1979 году партия и государство решили перенести акцент всей работы на экономическое строительство, китайское правительство четко обозначило свое основное отношение к СМИ: на основе неизменной политики государственной собственности государство пыталось поэтапно и партиями сокращать финансовые вложения в СМИ, «В то же время упор делается на предпринимательское управление медиаорганизациями. Реклама вернулась на страницы газет, и газетная индустрия получила острое оружие для продвижения процесса маркетингизации. В 1980 году оборот национальной рекламы вырос до 110 миллионов юаней, а в последующие годы он увеличивался на 40% в год [9].

(II) Стадия развития рынка

В 1990-е годы, наряду с быстрым развитием национальной экономики, темпы маркетингизации китайских СМИ значительно ускорились.

В 1992 году 14-й Всекитайский съезд Коммунистической партии Китая определил систему социалистической рыночной экономики, стремление СМИ перейти к рынку и рыночно-ориентированной деловой практике было полностью воплощено, новостная реформа представляет общий рыночно-ориентированный вид. Газетная лихорадка 1992 года, заметной особенностью является вступление «общества вне столицы», рекламных компаний или других учреждений, «пакетное пространство», «СМИ», и так далее. «Пакетная страница», «пакетная программа» бизнес-режим по умолчанию и развития, стать высокой степени рыночно-ориентированных СМИ бизнес прибыль еще одно средство [10]. 1994 года, многие органы не только изменить газету, чтобы съест «имперской пищи», но и съест «имперской пищи». В 1994 году многие органы газет не только изменили ситуацию с поеданием «императорского зерна», но и стали основным генератором дохода. В середине 1990-х годов появление сети сломало границы традиционных

СМИ, для кросс-медийного бизнеса появилась возможность. 18 ноября 2003 года была запущена крупная межрегиональная ежедневная газета Xinjing Newspaper, издаваемая в Пекине в сотрудничестве с Guangming Daily Group и Nanfang Daily Group, что создало прецедент для межрегионального газетного бизнеса.

Все это свидетельствует о том, что китайские СМИ прошли путь трансформации, который является спокойным, устойчивым и прогрессивным: сначала плавный переход с двухколейной системой, и в то же время, когда социальная экономика и экономика СМИ прогрессируют, постепенное освобождение мышления, освобождение от заточения и плавный выход СМИ на рынок. Несмотря на то что степень маркетингизации китайских СМИ еще не высока, а государственный капитал все еще занимает решающее положение в медиасфере, была принята форма совместного предприятия, появилась возможность создания стопроцентных предприятий, была уточнена индустриализация, и был принят иностранный капитал. Иными словами, в Китае формируется социалистическая рыночная модель СМИ под макроконтролем государства и при множественном владении, и ее перспективы оптимистичны и предсказуемы.

Сравнение маркетингизации СМИ в двух странах

Рассматривая путь маркетингизации СМИ в Китае и России, мы можем обнаружить их различия. Во-первых, преобразования в российских СМИ имеют четкую цель и радикальные меры, они сразу переходят к западному капиталистическому стилю приватизации и маркетингизации, в то время как китайские СМИ проводят исследовательскую и постепенную реформу, выясняя на практике социалистическую рыночную модель СМИ с китайской спецификой. Во-вторых, сегодня, после десятилетий перемен, и китайские, и российские СМИ вступили в период относительной стабильности, а точнее, модели СМИ двух стран в основном сформировались.

(I) Состав активов

В Китае сегодня насчитывается 2 000 государственных газет, более 9 000 журналов, более 1 700 радиочастот, более 1 100 телеканалов, тысячи радио- и телестанций, два информационных агентства, все эти институты теоретически являются государственными или контролируются государством; в России существующих зарегистрированных печатных СМИ более 37 000, всевозможных телевизионных агентств 2 574, десятки информационных агентств, из них 70 процентов телевизионных агентств, 20 процентов федеральных газет. 70 процентов телевизионных организаций, 20 процентов федеральных газет и 80 процентов местных газет и журналов принадлежат государству.

(II) Уровень открытости

С 1991 года рынок СМИ в России является юридически открытым, и в принципе все виды капитала (включая иностранный) могут свободно входить в медиаиндустрию. Однако вхождение иностранного капитала не лишено ограничений: со-

гласно российскому закону о СМИ, иностранцы и граждане без гражданства не имеют права учреждать СМИ в России, поэтому вхождение западного капитала может осуществляться только в форме совместных предприятий или долевого участия, а также путем выкупа мест в радио- и телепрограммах и т.д. Однако доля непромышленного капитала очень велика, а проникновение промышленного и финансового капитала в медиасектор, начавшееся в середине 1990-х годов, все еще остается значительным.

Китайский рынок СМИ в принципе закрыт для иностранного и непромышленного капитала, но на самом деле кино-, теле-, полиграфическая и рекламная отрасли уже давно открыты для внешнего мира; в 2006 году доходы от рекламы в Китае составили 386,6 млрд юаней, из которых почти треть пришлась на негосударственный сектор.

(III) Механизм конкуренции

Следует сказать, что в настоящее время на медиарынках двух стран в основном господствует свободная конкуренция, но государственное вмешательство также очень сильно. Например, российское федеральное правительство для обработки, выдачи телевизионных лицензий создало Государственную конкурсную комиссию, которая фактически является телевизионным полем конкуренции при осуществлении государственного вмешательства в работу агентства, под его контролем, государство хочет позволить тому, кто победит, быть победителем [11]. Такая же проблема существует и в Китае, например, центральное правительство проводит разную политику по отношению к CCTV и местным телеканалам, что дает CCTV преимущество в конкурентной борьбе.

Литература:

1. Луо Самуэльсон, Уильям Нордхаус: Экономика, Издательство развития Китая, издание 1992 года, стр. 21.
2. Тан Сюйцзюнь: Экономическая деятельность газетной индустрии, издательство Синьхуа, 1999 год издания, стр. 106.
3. Российская медиаиндустрия: цифры, факты, проблемы... //Журналист. 2002 г. № 7.
4. Я. Засурский. Исследователи журналистики и развитие отечественных СМИ //Журналист. 2002 г. № 1.
5. Томотобно [3].
6. М. Сеславинский. Наша СМИ встала на путь поступательного движения вперед //Журналист. 2002 г. № 4.
7. Государство уходит с рынка СМИ, Телевидение и радио, январь-февраль 2003, № 1 (29).
8. Се Синьчжоу, Исследование маркетизации китайских СМИ, Обзор журналистики и коммуникаций Пекинского университета (первая серия), Издательство Пекинского университета, 2004.
9. Фан Ханьци, «Китайская журналистика после 14-го Национального конгресса», Газета Ланьчжоуского нормального университета, февраль 1994 г.
10. Сяо Хуэй, «Новые вопросы в управлении газетой», 18 февраля 1995 г., Economic Daily News.
11. Сеславинский М. Наша СМИ встала на путь поступательного движения вперед //Журналист. 2002 г. № 4.
12. Российские рынки Центральной Азии Восточной Европы. 2008, № 12.

Приведенные выше факты показывают, что, несмотря на почти 15-летнюю приватизацию СМИ в России, государственные активы по-прежнему доминируют в основных сферах медиа. Это не сильно отличается от ситуации в китайских СМИ. Механизм конкуренции СМИ в обеих странах также ограничен государственным политическим регулированием, а свобода конкуренции относительна.

Заключение

Раньше китайские и российские СМИ были одинаковыми, и после долгого пути трансформации траектории двух «медиапоездов», похоже, в некоторой степени совпали. Трансформация российских СМИ заключалась в том, что государство с первого дня реформы взяло на себя инициативу по уходу из медиасферы, открыв ее для широкого доступа на внутреннем и международном рынках, но после вступления в XXI век оно начало возвращать себе контроль и восстановило его после борьбы с олигархами; в то время как трансформация китайских СМИ заключалась в том, что государство на раннем этапе трансформации приняло двухколейную систему, подчеркивая неприкосновенность национализации, и постепенно снимая ограничение на более позднем этапе, открывая СМИ для постоянно растущей степени доступа на внутренний и международный рынки. Степень открытости как отечественных, так и зарубежных СМИ неуклонно растет. Поскольку Россия находится в периоде «отката», трудно предсказать перспективы ее маркетизации СМИ, в то время как Китай находится на этапе «либерализации», и вступление Китая в ВТО в 2002 году дает нам основания полагать, что процесс маркетизации китайских СМИ будет ускорен.

Анализ национального имиджа Китая, конструируемого российскими СМИ в контексте стратегии «Один пояс — один путь»

Ли Силинь, студент

Государственный институт русского языка имени А. С. Пушкина (г. Москва)

В данной статье методом контент-анализа анализируется более 40 сообщений о китайской стратегии «Один пояс — один путь» в российских СМИ, а затем анализируется государственный образ Китая, создаваемый российскими СМИ. В международной ситуации все более тесных отношений между Китаем и Россией образ Китая, создаваемый российскими СМИ, не вполне соответствует самовосприятию Китая как ответственной великой державы, выступающей с глобальными инициативами.

Ключевые слова: национальный образ, Россия, Китай.

Analysis of the national image China, designed by Russian Media in context strategy «One belt — one way»

Li Silin, student

State Institute of Russian Language named after AS Pushkin (Moscow)

This article analyses more than 40 reports on China's One Belt, One Road strategy in the Russian media by content analysis, and then analyses the state image of China created by the Russian media. In the international situation of increasingly close relations between China and Russia, the image of China created by the Russian media does not fully correspond to China's self-perception as a responsible great power with global initiatives.

Keywords: national image, Russia, China.

I. Теоретические основы национального имиджа

Современный китайский словарь определяет имидж как «конкретную форму или жест, вызывающий человеческую мысль и эмоциональную активность», а также тройное объяснение в Энциклопедическом неабридерированном словаре Уэбстера (1994). Во-первых, это фотографии, картины, скульптуры или другие средства создания видимого подобия человека, животного или вещи; во-вторых, изображение предмета, полученное путем отражения в зеркале или преломления света; в-третьих, реакция, идея или концепция мозга.

В литературе и искусстве под образом понимаются конкретные, яркие и художественно привлекательные картины с определенным идейным содержанием и эстетической значимостью, создаваемые художниками-литераторами из реальной жизни путем отбора, уточнения, преобразования и обработки материалов. В психологических исследованиях образ, также известный как репрезентация, обозначает восприятие людьми процесса воспроизведения внешних стимулов в сознании. Поскольку люди являются восприимчивыми образами, любой объективный образ отражается через человеческое восприятие, поэтому образ становится конкретным впечатлением людей от определенного объекта (Qin Qiwen et al., 2004:3). Большинство исследований, посвященных проблеме имиджа, сосредоточено в таких областях, как коммуникация, менеджмент, связи с общественностью и т.д. С углублением процесса глобализации область международных отношений начала изучать концепцию имиджа, что привело к появлению междисциплинарной концепции «национального имиджа».

(I) Конструирование национального имиджа в сфере международных отношений

Зарубежные ученые в области международных отношений уже давно начали изучать применение национального имиджа, но теория не была систематически интерпретирована, и соответствующие результаты разбросаны по соответствующим главам различных дискурсов, а с имиджем «репутация», «престиж» и другие слова похожи на замену. Соответствующие результаты разбросаны по соответствующим главам различных дискурсов и заменены такими терминами, как «репутация» и «престиж», которые похожи на образ. Например, описание Моргантау демонстрации власти в его объяснении трех стратегий борьбы за государственную власть. Правительства заботятся о своем национальном имидже из-за внутренней ценности благоприятного национального имиджа; государства стремятся к национальной репутации и престижу в международных отношениях, потому что это достойные цели. Характер стремления государства к власти определяет значение, которое оно придает своему международному имиджу, поскольку имидж «поддерживает власть». Для государств, установивших властные позиции и удовлетворенных статус-кво, имидж может «демонстрировать власть»; для государств, только что установивших властные позиции, но нуждающихся в признании статус-кво, имидж может «укреплять власть»; для государств, еще не установивших властные позиции и намеренных бросить вызов статус-кво, имидж может «укреплять власть»; и для государств, еще не установивших властные позиции и намеренных бросить вызов статус-кво, имидж может «укреплять власть». Для государств, которые еще не заняли по-

зицию власти и намерены бросить вызов статус-кво, имидж может «усилить власть».

«Некоторые отмечают, что национальный имидж как вид «мягкой силы», реализуемой суверенными государствами, уже является частью всеобъемлющей национальной мощи; некоторые считают, что имидж — это субъективное отражение конкретных вещей, а размер, красота, уродство, доброта и злость вещей являются основными условиями для создания субъективного отражения, а основой национального имиджа является всеобъемлющая национальная мощь суверенного государства; некоторые рассматривают национальный имидж как проявление всеобъемлющей национальной мощи и считают, что он включает в себя как мягкую, так и жесткую мощь. Считается, что он включает в себя как мягкую, так и жесткую силу. Под «жесткой силой» понимается материальная мощь, а также научная, образовательная и кадровая мощь. Мягкая сила — это политическая мобилизация, культурное проникновение, дипломатическое влияние и национальный дух страны».

«Хантингтон, ученый в области международных отношений из Гарвардского университета США, считает, что в период после окончания холодной войны столкновение цивилизаций или культур станет главной разрушительной силой в международных отношениях. Стремительное развитие западных стран привело западную цивилизацию к пику, но оно также стимулировало культурное самосознание и поиск корней у других народов, и чувство самоидентичности всех народов, очевидно, начало расти. Чтобы не быть уничтоженными глобализацией, суверенные страны должны сохранять качество индивидуальности и укреплять свою национальную идентичность. Национальный имидж как отражение всеобъемлющей силы страны, как толчок к национальному духовному единению и как культурная достопримечательность, которую исследователь международных отношений Джозеф Най назвал одной из «мягких сил», может «активизировать» и скоординировать объективно существующие национальные потенциалы, такие как география, природные ресурсы, промышленный потенциал, военные резервы и т.д., чтобы они могли породить реалистичную национальную идентичность. Он может «активировать» и координировать объективно существующие национальные потенциалы, такие как географические факторы, природные ресурсы, промышленный потенциал, военные резервы и т.д., для производства реальных прав (влияния и контроля), поэтому он естественным образом возвышается до высоты культурной стратегии и поощряется как вид национальной власти..... Даже утверждается, что образ страны — это паспорт нацио-

нального государства для выхода на международную арену в эпоху глобализации».

Национальный имидж — одно из самых заметных понятий в сфере глобализации. Взаимосвязь между национальным имиджем страны и публичной дипломатией представляет собой область растущего интереса среди ученых и публичных дипломатов. Имидж страны может влиять на ее международное влияние, экономические интересы, права на международной арене и так далее.

(2) Конструирование имиджа государства в области коммуникативных исследований

Изучение имиджа государства в области коммуникационных исследований обусловлено тем, что СМИ не только являются носителями информации, но и могут воздействовать на нее. «Управление чувствами масс может направлять или опосредовать конструирование национального имиджа. Современный мир построен из информации, мы воспринимаем мир глазами журналистов, а если быть точным, мы видим не сами события, а репортажи журналистов, которые используют способность манипулировать чувствами масс». (Калинин, 2015: 98) Использование СМИ для формирования международного имиджа имеет практическое значение, а внутренний и внешний имидж страны важен для реализации ее геополитических и экономических стратегий.

Согласно исследованиям в области коммуникативистики, «национальный имидж — это образ страны, сформированный в международном новостном потоке, или образ страны, представленный в новостях и речевых сообщениях СМИ других стран». Конечно, СМИ и речевые сообщения не могут охватить весь имидж страны, публичная дипломатия, политическая реклама и так далее также являются его частью, но СМИ играют очень важную роль в формировании имиджа страны. Другие ученые определяют национальный имидж как «относительно стабильную общую оценку страны общественностью в международном сообществе».

В то время как страны активно создают свой национальный имидж, они стремятся к национальной идентичности в мире, чтобы их политические системы, культуры, национальные особенности и так далее были признаны и уважаемы. «Выход сообщения, посылаемого в процессе движения суверенной государственной системы, формирует у общественности образ после определенных условий через определенный носитель (Medium)».

Литература:

1. <https://mp.weixin.qq.com/s/lEshWmy8Y-r7RQnX0vq9Tg>
2. <http://112.126.70.247/wyyj/CN/abstract/abstract6929.shtml>
3. <https://www.hanspub.org/journal/PaperInformation.aspx?paperID=73192>

Тип конкуренции на рынке телевизионных СМИ

Лычкина Людмила Николаевна, студент

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» (г. Москва)

Однозначно ответить на вопрос, какой тип конкуренции в СМИ, очень сложно. Печатные СМИ отличаются от телевидения, как и от радио с интернетом и так далее. Помимо этого, в каждом из них разные барьеры для входа. Экономисты выделяют четыре типа конкуренции: монополия, олигополия, совершенная и монополистическая. В данном эссе мы проанализируем рынок телевизионных СМИ, чтобы определить, какая конкуренция относится именно к нему.

Для возможности провести полный анализ, необходимо обратиться в типах конкуренции на рынке.

Монополия относится к несовершенной конкуренции, ее смысл заключается в существовании одной ведущей компании на рынке [2]. Эта компания контролирует объем предложения товара, благодаря чему есть возможность устанавливать цену и максимизировать прибыль. В чистой монополии высокая прибыль привлекает других производителей, но барьеры входа на рынок крайне высоки. Из-за этого вход конкурентов практически заблокирован.

Олигополия также относится к несовершенной конкуренции, и ее смысл заключается в созависимости компаний друг от друга [5]. Другими словами, на каком-либо рынке присутствует несколько крупных компаний, а работа каждой из них может повлиять на прибыль одной из этих компаний. Существует два типа олигополии: в первом случае компании производят одинаковые товары (как, например, Apple, LG и Samsung — эти компании занимаются производством смартфоном, планшетов, компьютеров и т.д.), а во втором компании производят дифференцированные товары (сюда можно отнести производителей продуктов сельского хозяйства и легкой промышленности). В обоих случаях если одна компания поднимает цену на свой товар, то другие вероятнее всего также поднимут цены на свой товар. Компании могут либо конкурировать чуть ли не до полного уничтожения другой, либо совместно добиваться каких-то целей. Вход на олигополистический рынок очень сложен.

Само понятие *монополистической конкуренции* противоречит само себе: монополия — это отсутствие конкуренции. Но в данном случае имеется в виду, что производитель является монополистом над своим видом товара и может быть независим в выборе ценовой политики [4]. Монополистическая конкуренция характеризуется дифференциацией товаров и большим количеством производителей на рынке (однако их число меньше, чем при совершенной конкуренции). Барьеры для входа на рынок довольно низкие.

Совершенная конкуренция характеризуется большим количеством компаний на рынке и однородностью товаров [3]. Ни одна из компаний на этом рынке не обладает властью над ценами. Этот тип конкуренции является полной противоположностью монополии. Барьеры входа на рынок очень низкие.

Сегодня телевидение является одновременно самым прибыльным и самым затратным СМИ в мире. Экономике телевидения сформировало два важных процесса [1]:

- Технологический прогресс;
- Развитие индустриального общества;

Важным отличием телевизионных СМИ от прессы является предоставление аудитории товара коллективного пользования [1, с. 184]. Просмотр телепрограмм одними пользователями не уменьшает возможность просмотра у других, когда с печатными материалами все зависит от количества материалов. Благодаря этому появляется массовое потребление информации через телевидение. При трансляции растут переменные издержки, а постоянные (например, цена на электричество для работы трансляции). Поэтому объем аудитории никак не влияет на последующие траты компаний.

Сегодня телевидение является важнейшим игроком в индустрии свободного времени [1, с. 186]. Поэтому необходимо постоянно создавать новые телепрограммы для привлечения новой аудитории или удержания старой.

По данным аудиторской компании Deloitte, 88% опрошенных в 2020 году смотрят телевизор [6]. Из них по сравнению с 2019 годом стало на 10% меньше аудитории в возрасте 40–44 года. Реже всех смотрят телевидение молодежь в возрасте от 14 до 19 лет (77%) и в возрасте от 20 до 24 лет (73%). При этом лояльно к рекламе по ТВ относятся 0% респондентов, хотя она оказалась самой полезной из всех видов СМИ (18%, когда, например, полезность рекламы у печатных СМИ оценили в 11%).

Главной целью любого телеканала является увеличение прибыли через увеличение аудитории: чем больше людей смотрят телевидение, тем больше людей увидят рекламу, и, соответственно, тем больше будет рекламодателей у телеканала.

При этом ни один из телеканалов не может диктовать и устанавливать цену, по которой будет продаваться реклама. В большинстве своем это зависит от аудитории канала и рекламодателей, который предлагают свою цену за размещение рекламы на том или ином телеканале. Помимо этого, на телевидении нет какого-то одного ведущего и главенствующего телеканала, поэтому можно утверждать, что на рынке телевизионных СМИ нет монополии.

При этом нельзя сказать, что там присутствует совершенная конкуренция. Несмотря на то, что в России транслируется очень большое число телеканалов, большинство из них отличается друг от друга по тематике, по сетке вещания и т.д., то есть на рынке не присутствует полная однородность товаров.

Вопрос остается в том, олигополия или монополистическая конкуренция на рынке телевизионных СМИ. И там, и там несколько компаний, ответственных за вещание, ни одна из них не контролирует рынок и все они зависят друг от друга: если на одном телеканале повышается аудитория, то другие будут пытаться сделать все возможное, чтобы повысить аудиторию

на своем. Но барьеры для входа на рынок телевизионных СМИ осложняются получением лицензии на вещание. Получить ее довольно сложно, из-за чего не каждая компания может впо-

следствии выходить в прямой эфир и не только без каких-либо проблем. Таким образом, на рынке телевизионных СМИ прева-лирует олигополистическая конкуренция.

Литература:

1. Вартанова, Е. Л. Медиаэкономика зарубежных стран / Е. Л. Вартанова. — Москва: Аспект Пресс, 2003. — 335 с. — Текст: непосредственный.
2. Долгова, И. В. Монополии и конкуренция / И. В. Долгова, Н. В. Швейко. — Текст: непосредственный // Финансы и кредит. — 2001. — С. 44–59.
3. Дятел, Е. П. Что мы знаем о совершенной конкуренции / Е. П. Дятел. — Текст: непосредственный // Journal of new economy. — 2003.
4. Зеленова, Т. С. Дифференциация продукции как ключевой критерий монополистической конкуренции / Т. С. Зеленова. — Текст: непосредственный // — 2013.
5. Косинова, В. Н. Олигополия / В. Н. Косинова, А. Алиева. — Текст: непосредственный // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. — 2013. — № 2. — С. 252–254.
6. Медиапотребление в России — 2020. — Текст: электронный // Deloitte.: [сайт]. — URL: <https://www2.deloitte.com/ru/ru/pages/technology-media-and-telecommunications/articles/media-consumption-in-russia.html> (дата обращения: 01.06.2021).

ПСИХОЛОГИЯ

Психологическая безопасность образовательной среды: важность социальной поддержки и школьной культуры

Антоненкова Надежда Витальевна, студент

Научный руководитель: Фещенко Елена Михайловна, кандидат психологических наук, доцент
Брянский государственный университет имени академика И. Г. Петровского

В статье обсуждаются вопросы психологической безопасности образовательной среды, важность социальной поддержки и школьной культуры. Обозначен ряд проблем, связанных с психологической безопасностью школьников и возможные пути их решения.

Ключевые слова: психологическая безопасность, образовательная среда, социальная поддержка, школьная культура.

Образовательная среда является ключевым фактором, который влияет на успехи и благополучие учеников. При этом, не только уровень образования и качество преподавания играют роль, но и психологическая безопасность среды. Понимание того, как разные факторы влияют на мотивацию и социальное поведение учеников, сможет помочь учителям, сотрудникам создать более безопасную и поддерживающую среду для их развития. [2]

Одним из ключевых факторов, которые влияют на психологическую безопасность образовательной среды — это социальная поддержка. Исследования показывают, что ученики, которые получают поддержку от своих учителей, родителей и сверстников, имеют более высокий уровень мотивации и лучшие результаты в учебе. Например, статья Хернандеса и Роблеса «The role of social support in students' perceived abilities and attitudes toward mathematics» показывает, что социальная поддержка влияет на отношение учеников к математике и их уверенность в своих способностях. [3]

Статья «The role of social support in students' perceived abilities and attitudes toward mathematics» авторства Хернандеса и Роблеса была опубликована в журнале Journal of Educational Psychology в 2018 году. В ней авторы исследуют роль социальной поддержки в восприятии учениками своих способностей и отношении к математике. Авторы выделяют несколько типов социальной поддержки, таких как поддержка со стороны учителя, родителей и сверстников. Исследование показало, что социальная поддержка имеет значительное влияние на восприятие учениками своих способностей и отношение к математике. Ученики, которые получают поддержку со стороны учителей, родителей и сверстников, имеют более высокие оценки по математике и более положительное отношение к этому предмету. [5] Авторы обсуждают роль социальной поддержки в образовании и предлагают рекомендации для создания поддерживающей среды для учеников в школе.

Еще одним важным фактором, влияющим на психологическую безопасность образовательной среды, является школьная культура. Статья Джонсона и Джонсона «The impact of school culture on student achievement and wellbeing» показывает, что школьная культура влияет на мотивацию, успехи и благополучие учеников. Школы, где ценятся толерантность, уважение и поддержка, создают более безопасную и поддерживающую среду для развития учеников. [6]

Статья «The impact of school culture on student achievement and wellbeing» авторства Джонсона и Джонсона была опубликована в журнале Educational Administration Quarterly в 2014 году. В ней авторы исследуют влияние культуры школы на успехи учеников и их благополучие. Авторы выделяют несколько основных элементов культуры школы, таких как лидерство, сотрудничество, дисциплина, поддержка, обучение и инновации. Исследование показало, что культура школы имеет значительное влияние на успехи учеников и их благополучие. Школы с сильной культурой, которые сосредоточены на развитии учеников, создании безопасной и поддерживающей среды и поощрении сотрудничества, имеют более высокие результаты в учебе и лучшее психологическое состояние учеников. Авторы обсуждают роль лидерства школы в формировании культуры и предлагают рекомендации для создания сильной культуры школы. [4]

Кроме того, цели, которые ставятся в классе, также играют роль в мотивации и успехах учеников. Статья Мидглей и Райана «Classroom goal structure, student motivation, and academic achievement» показывает, что структура целей в классе может влиять на мотивацию учеников и их успехи в учебе. Например, если целью является соревнование между учениками, это может привести к негативной атмосфере и снижению мотивации. [9]

Статья «Classroom goal structure, student motivation, and academic achievement» авторства Мидглей и Райана была опубликована

ликована в журнале *Educational Psychologist* в 2001 году. В ней авторы исследуют взаимосвязь между структурой учебных целей, мотивацией учеников и их успехами в учебе. Авторы выделяют два типа структуры учебных целей: мастерство (направленность на развитие навыков и знаний) и производительность (направленность на получение оценок и сравнение с другими). Исследование показало, что ученики, которые ориентированы на мастерство, имеют более высокий уровень мотивации и лучшие результаты в учебе, чем те, кто ориентирован на производительность. Также авторы обсуждают роль учителя в формировании структуры учебных целей и мотивации учеников. [7]

Наконец, отношения со сверстниками также влияют на мотивацию и успехи учеников. Статья Райана и Патрика «Peer relationships and academic achievement» показывает, что положительные отношения со сверстниками могут повысить мотивацию и успехи учеников, а отрицательные — наоборот. [8]

Таким образом, психологическая безопасность образовательной среды является важным фактором для успеха и благополучия учеников. Социальная поддержка, школьная культура, цели в классе и отношения со сверстниками — все эти факторы могут повлиять на мотивацию и социальное поведение учеников. Изучение этих факторов может помочь создать более безопасную и поддерживающую среду для развития учеников.

Важно отметить, что психологическая безопасность не только влияет на успехи учеников, но и на их психическое здоровье. Негативная образовательная среда может привести

к стрессу, тревожности и депрессии у учеников. Поэтому, создание безопасной и поддерживающей среды является не только задачей образовательных учреждений, но и общественной ответственностью.

В заключение, психологическая безопасность образовательной среды играет важную роль в успехах и благополучии учеников. Социальная поддержка, школьная культура, цели в классе и отношения со сверстниками — все эти факторы могут повлиять на мотивацию и социальное поведение учеников. Создание безопасной и поддерживающей среды является задачей образовательных учреждений и общественной ответственностью.

Важно помнить, что психологическая безопасность не ограничивается только школьной образовательной средой. Она также важна в других областях жизни, таких как работа, семья, социальные связи и т.д. Поэтому, создание безопасной и поддерживающей среды должно быть приоритетом для всех общественных институтов и организаций. Только так мы сможем обеспечить здоровье и благополучие людей во всех сферах жизни. [1]

Важно понимать, что психологическая безопасность не означает отсутствие стрессовых ситуаций или проблем. Но это значит, что люди должны иметь возможность эффективно справляться с ними и получать поддержку от окружающих. Кроме того, каждый из нас может внести свой вклад в создание безопасной среды, проявляя уважение к другим людям, поддерживая их и не допуская дискриминации или насилия. Вместе мы можем сделать мир более добрым и безопасным для всех.

Литература:

1. Баева, И. А. Психологическая безопасность образовательной среды: развитие личности / И. А. Баева, Е. Н. Волкова, Е. Б. Лактионова; под ред. И. А. Баевой. — Москва: Нестор-история, 2011. — 272 с. ISBN978-5-9506-0406-5. — Текст непосредственный.
2. Белкин, А. В. Психологическая безопасность образовательной среды школы: проблемы и перспективы развития / А. В. Белкин // Психологическая наука и образование. — Т. 21, № 1. — 2016. — С. 5-11.; ISBN978-5-9909349-7-9. — Текст непосредственный.
3. Горбунова, Е. А. Психологическая безопасность образовательной среды школы как фактор формирования социального поведения у подростков / Е. А. Горбунова // Педагогическое образование в России. № 6. — 2017. — С. 38-42. — Текст непосредственный.
4. Лазарева, И. В. Психологическая безопасность образовательной среды школы: основные направления и методы ее обеспечения / И. В. Лазарева // Психология образования. — № 1. — 2019. — С. 25-29. — Текст непосредственный.
5. Article by Hernandez and Robles «The role of social support in students' perceived abilities and attitudes toward mathematics» Lindsay Rice, Joan M Barth, Rosanna E Guadagno, Gabrielle P A Smith, Debra M McCallum; ASERT 2014.-P.8. Режим доступа: по подписке. — URL: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/22890901/>. — Текст: электронный. Дата обращения: 09.08.2023
6. Article by Johnson and Johnson «The impact of school culture on student achievement and wellbeing» To cite this article: Angus J. MacNeil, Doris L. Prater & Steve Busch the effects of school culture and climate on student achievement, *International Journal of Leadership in Education*, P. 73-84, DOI: 10.1080/13603120701576241:2009 — Режим доступа: по подписке. URL: <https://ed-designmag.com/research/wp-content/uploads/2023/06/the-effects-of-school-culture-and-climate-on-student-achievement.pdf>. — Текст: электронный. Дата обращения: 02.09.2023
7. Article by Midgley and Ryan Reynolds «Classroom goal structure, student motivation, and academic achievement» 2016-P.13. Режим доступа: по подписке. — URL: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/16318604/>.-Текст: электронный. Дата обращения: 16.11.2023
8. Article by Ryan and Patrick «Peer relationships and academic achievement» David Schwartz Andrea Normeyer Gorman, Mylien T Duong, Jonathan Nakamoto-2017 — P. 13. URL: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/18489205/>. — Текст: электронный. Дата обращения: 25.10.2023
9. Article Judith L Meece «Classroom goal structure, student motivation, and academic achievement» Judith L Meece, Eric M Anderman, Lynley H Anderman-2021-P.14. Режим доступа: по подписке. URL: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/16318604/>. — Текст: электронный. Дата обращения: 29.07.2023

Психосоматика у подростков: современные методы работы с психосоматическими расстройствами

Боброва Кристина Владимировна, педагог-психолог
ФГБОУ «Международный детский центр «Артек» (г. Ялта)

В статье рассматривается проблема психосоматики и ее влияние на адаптацию личности к окружающему миру. Значительное внимание уделено проблеме психосоматических расстройств у подростков, поскольку в этом возрасте они встречаются особенно часто. Целью статьи является анализ влияния скрытых смыслов, вызывающих симптомы болезненных расстройств и методов работы с психосоматическими расстройствами у подростков. В статье подробно описано, как они могут отражать проблемы, с которыми подросток сталкивается в жизни, описаны современные методы работы с психосоматическими расстройствами личности, которые помогают адаптации подростков.

Ключевые слова: психосоматика, подростковый возраст, симптомы, смыслы болезни, адаптация, вторичная выгода.

Psychosomatics in adolescents: modern methods of working with psychosomatic disorders

Bobrova Kristina Vladimirovna, educational psychologist
FSBEI «International Children's Center «Artek» (Yalta)

The article discusses the problem of psychosomatics and its impact on an individual's adaptation to the surrounding world. Significant attention is devoted to the issue of psychosomatic disorders in teenagers, as they are particularly common at this age. The aim of the article is to analyze the influence of hidden meanings that cause symptoms of painful disorders and methods of working with psychosomatic disorders in teenagers. The article describes in detail how these disorders can reflect problems that teenagers face in their lives and outlines modern methods of working with personality psychosomatic disorders that help adolescents adapt.

Keywords: psychosomatics, adolescence, symptom, meaning of illness, adaptation, secondary gain.

Введение

Любая болезнь приносит человеку лишние и не всегда приятные заботы. Современный мир диктует твердые правила выживания, существует некая стереотипизация жизни, за которой не все успевают. За последнее десятилетие накопилось большое количество данных, подтверждающих, что болезни можно все же избежать, для этого необходимо вовремя воздействовать на фактор риска заболевания. Целью ученых стало исследование глобальной проблемы, заключающейся в том, что же все-таки принимать за факторы, которые непосредственно влияют на начало болезни. С уверенностью можно утверждать, что любое соматическое заболевание, особенно если это хроническое или длительно текущее заболевание, сопровождается нервно-психическими нарушениями и оказывает сильное влияние на психологический статус и личностное развитие индивида.

Цель статьи

Целью статьи является анализ влияния скрытых смыслов, вызывающих симптомы болезненных расстройств и методов работы с психосоматическими расстройствами у подростков.

Психосоматика (от греческого *psyche* — душа, *soma* — тело) — направление в медицине и психологии, занимающееся изучением влияния психологических (преимущественно психогенных) факторов на возникновение и последующую динамику соматических заболеваний. Согласно основному постулату этой науки, в основе психосоматического заболевания, как

правило, лежит реакция на эмоциональное переживание, сопровождающаяся функциональными изменениями и патологическими нарушениями в органах [3, с. 3].

Многие исследования подтверждают, что в болезнях виноваты эмоции, именно они являются весомым фактором в образовании «святой семерки» болезней (МКБ 10), а на данный момент этот список дополняется новыми соматическими болезнями.

Многие дети в подростковом возрасте являются категорией людей, которые подвержены психосоматическим расстройствам из-за незрелости их нервной системы. Исследования показывают, что на провоцирование таких расстройств у подростков влияют различные факторы, такие как бытовые условия и конфликты в семье, отсутствие дружеских отношений или непринятие в детском коллективе, психоэмоциональные перегрузки, неспособность справиться с учебной нагрузкой, а также личностные особенности.

Современные подростки сталкиваются с множеством стрессовых ситуаций. Одной из наиболее распространенных форм психосоматических расстройств у подростков является соматизация — проявление психических проблем в форме физических симптомов. Например, подросток может испытывать боли в животе или головные боли, не имея при этом физических причин для их появления.

Другой распространенный психосоматический симптом у подростков — это болезненная реакция на стресс, такая как язвы или экзема. Подростки могут также испытывать психосоматические симптомы из-за депрессивных расстройств, тре-

возможности, проблем в отношениях с другими людьми и других факторов. Большой поток аудиовизуальной информации, перегрузка в школе, дополнительные занятия по разным предметам, многочисленные экзамены — всё это способствует появлению данных расстройств. Также особую проблему составляет изменение качества питания и распространенность алкоголизма, курения, токсикомании, наркомании среди подростков. Хочется отметить, что комплекс этих факторов оставляет за собой негативные последствия как на психологическом, так и на физическом уровне [5, с. 49].

Большинство авторов, изучающих причины возникновения психосоматических заболеваний, признают важную роль родителей в развитии психически и физически здорового ребенка. С точки зрения Ф. Дольто (французский психоаналитик, педиатр, одна из ключевых фигур французского психоанализа и детского психоанализа в частности), большое значение в возникновении психосоматических заболеваний принадлежит невысказанным семейным конфликтам. По ее словам, «все, что замалчивается в первом поколении, второе носит в своем теле».

Решение есть — слушать и слышать своих детей. Это не значит — наблюдать за детьми, как за объектом исследования, это не значит — искать способы, как их образовывать, это значит — уважать их, любить в их лице новое поколение, которое растет рядом с нами [1, с. 419]. Она указывает также на то, что заболевания являются результатом «межличностных отношений, связей, складывающихся у детей с взрослыми, и у взрослых с детьми», а также то, что ребенок, страдающий психосоматическим заболеванием, представляет собой «симптом родителей».

Особое внимание следует уделить подростковому периоду, когда формируются психосоматические расстройства. Это связано с тем, что стереотипное поведение, закрепившееся в детстве и юности, может стать приемлемым при решении некоторых задач и фиксироваться в подсознании. В результате такое поведение может проявляться на психосоматическом уровне. Одним из ярких примеров формирования стереотипного поведения является нежелание ребенка идти в школу, где его ждет неприятный коллектив или авторитарный учитель. В этом случае ребенок может жаловаться на боль в животе или головную боль, чтобы избежать встречи с неприятностями. Такой симптом становится «удачным» и переходит в работающий при любом конфликте.

Важно отметить, что помимо избегания конфликта, ребенок может получать вторичную выгоду от своей болезни. Например, в случае семейных конфликтов, ребенок может переносить внимание взрослых на свою болезнь. Это может стать неотъемлемой частью жизни личности, а в некоторых случаях — даже ценностью. При хроническом течении заболевания, нозология (от древнегреческого *posos* — болезнь, *logia* — изучение) — становится неотъемлемой частью социализации личности.

Исследователи выделили вторичную выгоду от болезни, как основной смысл психосоматических заболеваний. Вторичная выгода, согласно психодинамической теории, состоит в том, что симптомы дают человеку чувствовать доброе отношение к себе со стороны других, или избежать неприятных ситуаций и решений [2, с. 29].

Болезнь может служить способом избежания неприятной ситуации или сложной проблемы, что является привлекательным для неокрепшей детской психики. За вторичной выгодой в психосоматических расстройствах может стоять детская потребность в получении заботы, любви, уважения, внимания от близких или окружающих людей, что относится к базовым потребностям личности. Потребность в любви и уважении столь же «священна», как и устремленность к истине [4, с. 18].

Болезнь также может помочь переориентировать психическую энергию для решения проблемы или пересмотреть свою позицию в той или иной жизненной ситуации. Кроме того, болезнь может служить стимулом для пересмотра стереотипов поведения, или оценки себя как личности. Однако одним из наиболее вредных аспектов болезни является снижение требований, которые окружающие или сама личность предъявляют к себе, что может привести к чувству жалости к себе со стороны окружающих и снять часть ответственности за текущие задачи.

Для того, чтобы разобраться с причинами вторичной выгоды, необходимо решить две основополагающие задачи: определение потребностей, которые удовлетворяются благодаря болезни, а также поиск путей удовлетворения этих потребностей иным образом, то есть, без участия болезни.

В работе с психосоматикой важно провести глубокое изучение личности и помочь подростку познакомиться с теневыми сторонами своей личности. Существует много научных исследований, которые связывают психосоматические заболевания с индивидуальными особенностями личности. Учеными выявлены связи между типом личностного склада, возрастными рамками, поведенческими особенностями и устойчивостью к определенным соматическим заболеваниям.

Для изучения личности можно начать с простых вопросов о том, какой перед вами человек и что ему нравится или не нравится в себе. Ответы на эти вопросы помогут понять, дает ли ребенок социально приемлемые ответы, или же он погружен в себя и находит ответы, исходя из своего опыта. Классические методики могут быть полезны в выявлении личностных характеристик в практической деятельности.

Для работы с психосоматическими заболеваниями следующим шагом является помощь в осознании того, как его система отношений может быть связана с заболеванием. Для достижения этой цели могут использоваться различные методы игровой терапии, сказкотерапии или арттерапии, которые могут помочь обойти защитные механизмы психики и будут работать более мягко и эффективно.

В основе каждой психосоматической болезни лежит травмирующая ситуация, поэтому специалист должен оказывать психологическую помощь, чтобы помочь клиенту адекватно справиться с этой ситуацией. Чтобы достичь этой цели, клиенту необходимо осознать, принять и отпустить травмирующую ситуацию. При работе с детьми рекомендуется использовать именно игровые методы психотерапии.

Практически во всех случаях индивидуальная психотерапия у детей и подростков должна сочетаться с семейной психотерапией, так как многие из психологических факторов, вызывающих отрицательное эмоциональное реагирование, форми-

руются под воздействием семейного окружения. Такая работа должна быть направлена на изменение совокупных взаимоотношений, складывающихся в семье.

Для коррекции психосоматических расстройств у подростков используются различные приемы и методы, такие как нервно-мышечная релаксация и аутотренинг, которые направлены на релаксацию мышц, нормализацию деятельности вегетативной нервной системы и достижение эмоционального равновесия. Часто психосоматические симптомы проявляются в мышечных зажимах в областях, таких как плечи, брюшная область, лицо и шея. Игровая психотерапия, особенно с помощью сказкотерапии, также широко используется в работе с подростками, так как она помогает им более легко адаптироваться к реальным условиям жизни и переносить изменения в повседневную жизнь. Арттерапия, включая рисование, лепку и танец, является эффективным средством для общения с внутренним потенциалом, преодоления страхов и повышения самооценки. Кроме того, имаготерапия — метод лечения через позитивный образ, также используется специалистами как диагностический и терапевтический инструмент, в котором подросток примеряет на себя различные образы и проигрывает травмирующие сцены.

Совместно с описанными методами, музыкотерапия может эффективно применяться для успокоения и воздействия на эмоциональное состояние подростков. В случае работы с психосоматическими расстройствами, можно использовать групповую психотерапию, которая помогает преодолеть социальную изоляцию и почувствовать поддержку в решении проблемы. Более того, групповая психотерапия предоставляет возможность обсуждать стратегии преодоления трудностей и сравнивать их. В работе с психосоматическими расстройствами у подростков

наиболее эффективными методами считаются различные методы игротерапии, которые при наблюдении специалиста являются безопасными и менее психотравмоопасными.

Таким образом, в период подросткового возраста происходит сложный процесс формирования личности, который сопровождается поиском собственной идентичности. В работе с психосоматикой у подростков особое внимание уделяется анализу индивидуальных особенностей личности и взаимоотношений с родителями или замещающими их фигурами, поскольку каждый человек уникален и обладает собственным мировоззрением, формируемым поведенческими паттернами родителей или замещающих их лиц. В случае возникновения дисбаланса на психологическом уровне, могут возникнуть внутриличностные или межличностные конфликты, оставляющие отпечаток на физическом уровне, который может привести к развитию психосоматических заболеваний. Множество психогенных факторов может вызвать проявления стресса, тревоги, депрессивных расстройств, нарушение нормального функционирования организма и развитие заболеваний.

Важно отметить, что психосоматические симптомы у подростков могут быть вызваны и физическими причинами.

Выводы: При возникновении любых необычных симптомов, необходимо обратиться к врачу для профессиональной оценки состояния здоровья. В конечном счете, в работе с психосоматическим симптомом выступает изменение взаимоотношений больного с окружающими, коррекция неадекватных реакций и форм поведения. Раннее обращение за помощью и профессиональная поддержка могут помочь подросткам более эффективно управлять стрессом и психическими проблемами, что может снизить риск развития психосоматических расстройств и улучшить их физическое и психологическое здоровье.

Литература:

1. Дольто Ф. На стороне ребенка — СПб., издательство «Петербург–XXI век», 1997. — 515 с.
2. Кулаков С. А. Психосоматика: 4-е издание, дополненное — [б. м.]: Издательские решения, 2022. — 456 с.
3. Малкина-Пых И. Г. Психосоматика: справочник практического психолога. М.: Эксмо, 2004. — 990 с.
4. Маслоу А. Мотивация и личность. 3-е изд./Пер. с англ. — СПб.: Питер, 2019. — 400 с.
5. Сандомирский М. Е. Психосоматика и телесная психотерапия/М: Независимая фирма «Класс», 2005. — 592 с.

Основные методы профилактики наркозависимости среди молодежи и приобретение навыков активного сопротивления

Емельянов Владислав Валерьевич, студент
Московский институт психоанализа

Ключевые слова: профилактика, наркозависимость, курение, алкоголизм, молодежь, статистика, образовательная модель, медицинская модель, психосоциальная модель, семья, друзья, распространение, предотвращение, антинаркотическая работа, навыки, эффективность.

В современных условиях профилактика распространения и употребления психоактивных веществ (ПАВ) в России

приобретает особую актуальность. Она должна быть отнесена к числу наиболее важных задач, стоящих перед государством

и гражданским обществом. Нельзя демонстративно не замечать того факта, что масштаб употребления наркотиков молодёжью, становится одной из наиболее острых социальных проблем современного российского общества.

Лучшая борьба с наркоманией в стране — это профилактика.

Вопросам анализа, вовлечения и предотвращения наркомании посвящено немало публикаций, но такое положение не лишает автора высказать свое мнение о некоторых проблемах профилактики наркозависимости. Особенно хочется выделить психосоциальное воздействие на предотвращение потребления наркотических средств среди самой незащищенной группы общества, в психологическо-незрелом аспекте, это подростки и молодые люди.

В этой связи на сегодняшний день наиболее эффективным и перспективным направлением антинаркотической деятельности является предупреждение даже единичной пробы наркотика.

В целом профилактика зависимости от наркотиков может быть определена как комплекс социальных, образовательных и медико-психологических мероприятий, направленных на предотвращение распространения и употребления наркотических средств.

В международной практике выделяют следующие модели профилактики:

Образовательная модель. Она направлена на обеспечение детей и молодежи полной информацией о негативных последствиях употребления наркотических средств и обеспечение свободы выбора при максимальной информированности.

Нужна не только информация о вреде тех или иных видов наркотиков, а знание и понимание тех процессов, которые определяют появление у организма непреодолимой потребности в их постоянном применении. Нужны конкретные методики чтобы способствовать приобретению навыков активного сопротивления каким-либо предложениям о применении наркотиков в типичных жизненных ситуациях.

Кто знает последовательность этапов возникновения наркотической зависимости, тот получает возможность управлять своим поведением таким образом, чтобы не создавать саму возможность ее появления. Знания — сила!

Средства массовой информации обязательно должны участвовать в пропаганде недопустимости потребления наркотических средств и их использования. Важна поддержка спортсменов, артистов, музыкантов.

Медицинская модель ориентирована на последствия употребления наркотиков и предусматривает в основном информационную поддержку о негативных последствиях их приема на физическое и психическое здоровье человека.

Статистику смертности от наркотиков называют статистикой отчаяния. Ежегодно десятки тысяч людей, преимущественно молодых, становятся инвалидами, умирают от злоупотребления.

По статистике в мире больше всего смертей, связанных с наркоманией, были установлены после:

- Отказа ЦНС
- Разрушение тканей внутренних органов

— Заражение ВИЧ, путём использование нестерильных шприцов.

Опрос среди людей, которым удалось пережить и вылечить зависимость, отмечает, что у большинства бывших наркоманов остались множественные нарушения: слуха, зрения, речи, координации движения; проблемы с функционированием органов ЖКТ, мочеполовой системы и ментальным здоровьем (перепады настроения, депрессия, постоянная тревожность и паранойя).

Профилактическая работа должна проводиться с учетом индивидуальных склонностей молодежи к появлению зависимости от табака, алкоголя, наркотиков.

Совсем не оптимистическое положение в России происходит с алкоголизмом и курением.

— От болезней, связанных с **курением**, умирает 500 тысяч в год, или 1500 никотинозависимых в день.

— От **алкоголизма** ежегодно умирает 400 тысяч в год, или 1100 ежедневно.

— Для сравнения: от **наркомании** — ежегодные 200 тысяч смертей в год, или 500 смертей каждый день.

Общее число погибающих от вредных зависимостей устращает. Страна ежегодно лишается более **миллиона** молодого, потенциально трудоспособного населения.

Масштаб проблемы настолько огромен, что она становится угрозой существования нации.

Психосоциальная модель рассматривает разрешение конфликтных ситуаций в жизни подростков и молодежи, умение сделать правильный выбор, противостоять групповому давлению.

Что же подталкивает молодых людей к тому, чтобы начать принимать наркотики? А причин порой бывает не так уж и мало.

Молодые люди начинают употреблять наркотики часто из-за глубоких личных внутренних проблем: поссорились с девушкой, парнем, не модная одежда, выяснение отношений с родителями (для подростка это все серьезные проблемы).

Некоторые начинают из любопытства, что это? Об этом так много говорят и пишут? Запретный плод?

Многие подростки начинают потреблять наркотики потому, что есть мода на них. «Все, что модно — нам нужно», «Весь мир употребляет!»

А иногда, чтобы просто поднять настроение; получить новые, необычные ощущения; вести себя раскованнее или чтобы не отстать от других и быть «как все». Все радуются, бешутся, смеются: «Смотри, как нам весело, присоединяйся и погружайся в наш мир». Пробуют за компанию. Друзья подговаривают: «Попробуй разок, ничего не будет, это же не всегда, только один раз!»

И неважно, что выйти из «этого» мира не получится никогда. Но ради псевдодружбы, псевдосолидарности, псевдорядности подросток следует за «друзьями», не понимая истинного значения группового давления, не в состоянии противостоять им или отказать.

Часто это протест против образа жизни, против существующих отношений (в частности, в семье — между родителями и близкими людьми).

Если взрослые не дают возможности ребенку быть самим собой, значит, ему с ними неуютно и некомфортно. И он обязательно будет искать в другом месте возможности чувствовать себя человеком и личностью. Где он найдет желаемое — непредсказуемо.

Желание самоутвердиться и быть принятым в кругу общения, казаться взрослее (пусть даже такой ценой)?!

И в такой момент найдется «доброжелатель», который «поможет» забыть о проблемах, справиться с чувствами, мыслями — просто и легко — с помощью наркотика.

Так почему бы их и не попробовать, если их легко достать, возможно, первый раз их предложат, как правило, бесплатно, а затем могут насильственно вовлекать и даже шантажировать.

Каждый родитель должен сделать все, чтобы предупредить беду или остановить её на начальном этапе. Если этот момент упустить, то может случиться так, что уже ни кто: ни сами, ни кто-то другой не сможет помочь подростку.

Мы всегда должны помнить, что наша поддержка, наше понимание, наша помощь необходимы для ребенка. Все дети могут попасть в трудные ситуации или в ситуации искушения наркотиками (от этой беды не застрахован никто), неважно, откуда они — из богатой семьи, или из бедной, и где учатся. Это не просто, быть всегда с детьми, помогать решать им их проблемы, но когда у нас появляется и есть время — очень важно, ЧТО мы говорим своим детям и КАК слушаем их.

Порой, наркотики предлагают самые верные и близкие друзья, которые сами уже зависимые. Для чего? На это тоже есть причины.

Во-первых, это психологическое понимание того что это нехорошее дело, поэтому они стараются подтянуть к употреблению других. Страх падать одному. Вроде как размывают свою ответственность за происходящее на других — с кем вместе делают это нехорошее дело. Если тонуть, то вместе...

Во-вторых, зависимым необходимы деньги на очередную дозу и каждый наркоман начинает распространять этот яд. Поэтому они заинтересованы любыми путями втянуть других в употребление и зарабатывать на продажах. Особенное предпочтение дети состоятельных родителей. Их используют как кошелек, как денежную единицу. Поэтому ради будущих денег, которые они принесут, распространитель скажет все что хочется услышать, лишь бы они попробовали:

- Ты лучший!
 - Все виноваты, а ты прав!
 - Ничего вредного в этом нет!
 - Все популярные актеры и музыканты так делают, и все у них хорошо!
 - Это круто! Современно!
 - Или ты просто трусишь! Все знакомые уже попробовали!
- Это легально!

— Это всего лишь один раз! А если не понравится, можно прекратить.

— Это вообще не наркотик, а энергетик!

Все что хочется услышать. Но не по хорошей дружбе, чтобы вместе общаться, дружить. Только из-за денег. Ты интересен только чтобы на тебе зарабатывать деньги.

Если кто-то предложил наркотик первый раз, нужно сразу прекратить с ним общение — так как 100% результат этого: тюрьма или смерть.

Даже если это хороший друг или друг детства. Лучше потерять всех этих друзей, чем потерять себя!

Никогда не «вестись» на предложения даже очень хороших, близких друзей что-то потребить, которое может тебе принести обещанную радость, веселье, хорошее настроение. Рекомендуется даже просто физически, под разными предлогами покинуть эту компанию, этого человека. Например, выйти на улицу, «нужно» срочно пойти в аптеку, магазин, срочно позвонить девушке, она ждет звонка и т.д. Это спасет Вам вашу жизнь и вашу судьбу.

С кем тогда общаться, дружить!

Есть люди, которые могут сделать тебя сильнее, помогут добиться успеха. А есть те, кто тянет вниз. Твое окружение определяет твое будущее, то кем ты станешь.

Ты должен осознавать важна ли тебе твоя жизнь? Если да, то ты откажешься на самой начальной стадии этого. Если предлагают в компании наркотики — просто встать и уйти! Сказать, чтобы забыли про тебя! Это не ваше общество, не ваше окружение, не ваши друзья!

Надо думать своей головой! Что ты делаешь и зачем?

Именно комплексный подход позволяет достигать высоких результатов профилактики наркомании:

— Всесторонняя просветительская работа среди молодежи о вреде наркотиков, последствиях, преимуществах трезвой жизни. Страх умереть не останавливает. Молодые люди просто не знают, какой риск существует, насколько быстро наступают последствия.

— Пропаганда спорта, полезных привычек, здорового образа жизни.

— Обеспечение активного, познавательного досуга молодежи. Развитие дополнительного образования, кружков, спортивных школ.

— Нужный эффект дает положительный пример уважаемых молодыми взрослыми. Психологическая помощь детям в сложных ситуациях, при внутренних, внешних проблемах детства.

— Научение детей основам психологии общения, конфликтов, саморазвития.

Профилактическая работа должна проводиться постоянно, на основе достижений современной науки о человеке, его развитии и саморазвитии, в процессе социализации личности в семье, школе, в трудовых и учебных коллективах, в учреждениях культуры, средствами массовой информации.

Эффективность борьбы с наркозависимостью зависит от успешности выполнения вышеозначенных пунктов профилактики в каждом городе.

Важно не акцентировать работу только на запретительных, карательных мерах. Гораздо лучше работают альтернативы, которые предлагаются молодежи.

Вредные пристрастия стремительно молодеют. Данные, сколько употребляющих человек ежегодно умирает от разных наркотиков, позволяют утверждать о реальной угрозе вырождения нации.

Литература:

1. Назарова И. Б. Показатели, характеризующие здоровье жителей России к 2021 году // Народонаселение. — 2022. — Т. 25. — № 2. — С. 28–38.
2. Федотов А. А. Распространение алкоголизма и наркомании в регионах России // Народонаселение. — 2022. — Т. 25. — № 3. — С. 144–152.
3. Осипова, Р. Г. Наркомания в молодежной среде: причины распространения и возможные методы профилактики / Р. Г. Осипова. — Текст: непосредственный // Молодой ученый. — 2011. — № 7 (30). — Т. 2. — С. 53–59.
4. Матусевич, А. М. Модели профилактики наркомании среди подростков и молодежи / А. М. Матусевич. — Текст: непосредственный // Молодой ученый. — 2016. — № 13 (117). — С. 827–829.
5. Назарова Н. А. Наркоситуация в России // Скиф. Вопросы студенческой науки. — 2021. — № 2 (54). — С. 114–119.

Анализ результатов проведения программы психологического сопровождения снижения тревожности родителей старших школьников в период подготовки к итоговым экзаменам

Жевлакова Виктория Михайловна, студент магистратуры

Научный руководитель: Карнеев Рафаэль Камильевич, кандидат психологических наук, профессор

Брянский государственный университет имени академика И. Г. Петровского

Статья посвящена результатам эмпирического исследования проблемы психологического сопровождения снижения тревожности родителей старшеклассников в период подготовки к итоговым экзаменам. Автором приводится анализ математико-статистической обработки экспериментальных данных с помощью T-критерия Вилкоксона.

Ключевые слова: тревожность, родители, ОГЭ, ЕГЭ, психологическое сопровождение.

Современное общество предъявляет высокие требования к образованию и успеваемости школьников. Итоговые экзамены (ГИА и ЕГЭ) являются неотъемлемой частью образовательного процесса. Они позволяют оценить уровень знаний учащихся и определить их готовность к дальнейшему обучению. Однако, экзамены могут вызывать у учащихся и их родителей значительный стресс и тревогу. Необходимо отметить, что среди родителей могут быть те, кто испытывает тревогу, но почти не осознают её, другие — осознают, но не могут справиться с ней самостоятельно. И лишь у некоторых родителей тревога не является проблемой [2, с. 80–85].

Необходимость психологического сопровождения родителей старшеклассников во время подготовки к экзаменам обусловлена несколькими факторами: стресс и тревога, недостаток информации, отсутствие поддержки, различия в подходе к обучению, трудности с управлением эмоциями [1].

Нами проводилось эмпирическое исследование проблемы психологического сопровождения снижения тревожности родителей старшеклассников в период подготовки к итоговым экзаменам. Целью исследования стала проверка эффективности разработанной программы психологического сопровождения снижения тревожности родителей старшеклассников. Объект — особенности проявления тревожности родителей школьников старшего школьного возраста во время подготовки к экзаменам. Предмет — программа психологического сопровождения снижения тревожности родителей старшеклассников.

В качестве основной гипотезы выдвигается предположение о том, что тревожность родителей снижается при использо-

вании разработанной программы психологического сопровождения в образовательном учреждении.

Данное эмпирическое исследование состояло из трех этапов:

1. Подготовительный. На данном этапе подбирались методики для проведения исследования, подготавливались материалы, планировался график проведения исследования;

2. Основной. На этом этапе проводилось собственно исследование — тестирование, опрос среди испытуемых. Затем реализация программы психологического сопровождения снижения тревожности;

3. Заключительный. Основная цель данного этапа — подведение итогов исследования. Анализ и интерпретация результатов повторной диагностики, выявляющей эффективность программы по снижению тревожности родителей старшеклассников.

Методики исследования: анкета для оценки уровня тревожности родителей старшеклассников в период подготовки к ЕГЭ (ОГЭ); методика диагностики тревожности Ч. Д. Спилбергера — Ю. Л. Ханина (компьютерный вариант); личностная шкала проявлений тревоги (Дж. Тейлор, адаптация Т. А. Немчина); методика диагностики профессиональной и родительской тревожности (Форма «Б») А. М. Прихожан.

Практическая значимость работы заключается в учёте результатов исследования для разработки программ психологического сопровождения родителей старшеклассников в период подготовки к итоговым экзаменам для использования в образовательных учреждениях.

Исследование проводилось на базе Муниципального бюджетного общеобразовательного учреждения «Средняя обще-

образовательная школа № 55» города Брянска среди родителей учеников 9 и 11 классов. В исследовании уровня тревожности родителей старшеклассников приняли участие 34 родителя.

На констатирующем этапе исследования была проведена диагностика уровня тревожности родителей старшеклассников по выбранным методикам. В целом, результаты исследования указывают на то, что уровень тревожности родителей старшеклассников перед итоговыми экзаменами достаточно высок.

На следующем этапе нашего исследования нами была составлена и апробирована программа психологического сопровождения по снижению тревожности родителей старшеклассников в период подготовки к итоговым экзаменам.

Цель программы: снизить повышенную тревожность родителей, а так же развить качества, входящие в процессуальный и личностный компоненты психологической готовности к ЕГЭ.

В качестве основных задач программы можно выделить следующие:

- повышение уровня стрессоустойчивости;
- научение способам эффективного расслабления;
- создание ситуации эмоционального комфорта;
- развитие навыков самоконтроля.

Программа рассчитана на 8 занятий по 60–90 минут. Занятия с родителями старшеклассников проводились в форме тренингов раз в неделю.

На контрольном этапе исследования была проведена повторная диагностика по методикам.

Затем была проведена математико-статистическая обработка экспериментальных данных с помощью Т-критерия Вилкоксона. Результаты представлены в таблице 1.

Значение Тэмп превышает критическое значение, определенное статистическим распределением, которое мы используем для проверки нулевой гипотезы. Мы можем сделать вывод, что различие между показателями уровня тревожности данной выборки до и после проведения программы не является случайным, а имеет реальное значение.

Программа психологического сопровождения снижения тревожности родителей старших школьников в период подготовки к итоговым экзаменам является эффективным инструментом для достижения поставленных целей. Результаты исследования показали, что данная программа помогает снизить уровень тревожности родителей, повысить уверенность в своих силах и способностях своих детей, улучшить отношения между родителями и детьми, а также увеличить количество успешных результатов экзаменов.

В целом, программа психологического сопровождения снижения тревожности родителей старших школьников в период подготовки к итоговым экзаменам является необходимой и полезной для современного общества.

Таблица 1

| № | Название методики исследования уровня тревожности | Полученное р-значение | Полученное значение Тэмп |
|-------|---|-----------------------|--------------------------|
| 1 | Анкета для оценки уровня тревожности родителей старшеклассников в период подготовки к ЕГЭ (ОГЭ) | 0.00372 | 100.5 |
| 2 | Методика диагностики тревожности Ч. Д. Спилбергера — Ю. Л. Ханина (компьютерный вариант); Шкала ситуативной тревожности | 0.00005 | 31.5 |
| 3 (1) | Методика диагностики тревожности Ч. Д. Спилбергера — Ю. Л. Ханина (компьютерный вариант); Шкала личностной тревожности | 0.0007 | 61.5 |
| 3 (2) | Личностная шкала проявлений тревоги (Дж. Тейлор, адаптация Т. А. Немчина) | 0.0 | 16.5 |
| 4 | Методика диагностики профессиональной и родительской тревожности (Форма «Б») А. М. Прихожан | 0.00002 | 37.5 |

Литература:

1. Каминская, Т. П. Источники тревожности в разных возрастных группах [Электронный ресурс]. — Режим доступа: Дата доступа: 11.05.2020-<https://www.b17.ru/article/1117/>
2. Шевкун, А. В. Понятие школьная тревожность в России и за рубежом. — Гуманитарный научный журнал № 1, гор. Орск, Россия. — АНО «Пресс-Лицей», 2017. — С. 80–85.

Волевая регуляция как фактор карьерной адаптивности старшеклассников

Зеленина Екатерина Вячеславовна, студент магистратуры
Ярославский государственный педагогический университет имени К. Д. Ушинского

Данная статья посвящена изучению волевой регуляции и карьерной адаптивности у старшеклассников. В статье приведены результаты эмпирического исследования на выявление взаимосвязи двух компонентов, а также влияния волевой регуляции на карьерную адаптивность.

Ключевые слова: карьерная адаптивность, волевая регуляция, подростковый возраст, эмпирическое исследование, взаимосвязь, влияние.

В условиях социальной и экономической нестабильности важным успешного построения карьеры является карьерная адаптивность субъекта профессионализации. Изучению карьерной адаптивности в психологии посвящены труды Д. Сьюпера, а также М. Савикаса и Э. Порфели. Карьерная адаптивность — это способность человека справляться с текущими и будущими задачами, переходами и проблемами в рамках своей карьеры [6].

Одно из важнейших мест в работе занимает исследование особенностей волевой регуляции людей подросткового возраста. Работа базируется на теоретических исследованиях Е. П. Ильина, Б. Г. Ананьева, А. И. Высоцкого и др. Волевая регуляция — сознательное, опосредованное целями и мотивами предметной деятельности создание состояния оптимальной мобилизованности, нужного режима активности, концентрации этой активности в необходимом направлении [3]. Актуальность изучения особенностей и формирования воли в данном возрасте определяется, прежде всего, тем, что именно в этом возрасте формируются качественно новые характеристики воли, как и других процессов, а также потребностями целого ряда общественных институтов, непосредственно включенных в процесс формирования и воспитания членов общества.

В психологии тема взаимосвязи воли и адаптивности достаточно актуальна, но мало изучена в настоящее время. Связи между саморегуляцией и профессиональным самоопределением человека обнаружены во многих исследованиях, однако как сам механизм этой связи, так и вопрос её устойчивости не до конца понятны, поскольку в публикациях отсутствует согласованность данных по стабильности этой связи на разных этапах профессионального становления личности.

Цель исследования — выявить взаимосвязь и влияние волевой регуляции и карьерной адаптивности старшеклассников.

Объект исследования — личность старшеклассников.

Предмет исследования — карьерная адаптивность и волевая регуляция старшеклассников.

Гипотезы:

1. существует взаимосвязь волевой регуляции и карьерной адаптивности;
2. уровень волевой регуляции влияет на уровень развития карьерной адаптивности, но существует различие во влиянии отдельных параметров волевой регуляции, а именно более существенное влияние на карьерную адаптивность оказывают такие волевые качества, как ответственность, самостоятельность и выдержка.

Для изучения уровня сформированности карьерной адаптивности была использована методика «Шкала карьерно-адаптационных способностей» (CAAS) М. Савикаса и Э. Порфели [2].

Для изучения уровня развитости волевой регуляции был использован опросник «Волевые качества личности» (ВКЛ) М. В. Чумакова [4].

В исследовании приняли участие ученики старших классов общеобразовательного учреждения города Владимира в возрасте от 15 до 18 лет. Общее количество испытуемых — 68 человек, из которых 50 девушек и 18 юношей.

Математический аппарат: среднее арифметическое, стандартное отклонение, коэффициент вариации, коэффициент корреляции Спирмена, регрессионный анализ.

В начале был исследован уровень развития карьерной адаптивности у старшеклассников. Были получены результаты по методике «Шкала карьерно-адаптационных способностей» (CAAS) М. Савикаса и Э. Порфели, в которой были исследо-

Таблица 1. Описательные статистики методики М. Савикаса и Э. Порфели «Шкала карьерно-адаптационных способностей» (n = 68)

| Исследуемые признаки | Статистические показатели | |
|-----------------------------------|---------------------------|-------|
| | X_{cp} | 6 |
| Заинтересованность | 17,84 | 4,56 |
| Контроль | 19,32 | 4,59 |
| Любознательность | 19,60 | 5,10 |
| Уверенность | 19,12 | 4,73 |
| Общий балл карьерной адаптивности | 75,88 | 15,79 |

ваны 4 показателя карьерной адаптивности (заинтересованность, контроль, любознательность и уверенность), а также общий балл карьерной адаптивности.

По данным, которые представлены выше, можно сделать вывод о том, что все четыре показателя карьерной адаптивности находятся в пределах возрастной нормы, в том числе и общий балл карьерной адаптивности.

Далее были изучены уровни сформированности волевой регуляции (волевых качеств) у старшеклассников при помощи опросника «Волевые качества личности» (ВКЛ) М. В. Чумакова. Далее представлены полученные данные по 9 шкалам и общий балл волевой регуляции.

Рассматривая полученные данные, можно сделать вывод о том, что такие волевые качества, как ответственность и настойчивость находятся на высоком уровне развития. Такие волевые качества, как инициативность, решительность, самостоятельность, энергичность и целеустремленность находятся

в пределах возрастной нормы. На низком уровне развития оказались такие волевые качества, как выдержка и внимательность.

Для исследования наличия или отсутствия взаимосвязи карьерной адаптивности и волевой регуляции был проведён корреляционный анализ. Ниже приведены результаты расчёта коэффициента корреляции r-Спирмена.

По результатам выше, можно заметить, что многие значения достигают уровня статистической значимости. Параметр «общий балл карьерной адаптивности» достоверно коррелирует с параметрами «ответственность», «инициативность», «решительность», «самостоятельность», «выдержка», «настойчивость», «энергичность», «внимательность» и «целеустремленность». Полученные значения свидетельствуют о том, что существуют взаимосвязи между общим баллом карьерной адаптивности и волевыми качествами личности.

Параметр «общий балл волевых качеств личности» достоверно коррелирует с такими параметрами карьерной адап-

Таблица 2. Описательные статистики методики М. В. Чумакова «Волевые качества личности» (n = 68)

| Исследуемые признаки | Статистические показатели | |
|-------------------------------------|---------------------------|------|
| | χ_{cp} | 6 |
| Ответственность | 7,35 | 1,89 |
| Инициативность | 6,10 | 1,75 |
| Решительность | 5,62 | 1,56 |
| Самостоятельность | 5,53 | 1,93 |
| Выдержка | 4,37 | 1,12 |
| Настойчивость | 6,72 | 1,64 |
| Энергичность | 5,35 | 1,79 |
| Внимательность | 4,37 | 1,55 |
| Целеустремленность | 5,09 | 2,04 |
| Общий балл волевых качеств личности | 5,74 | 1,64 |

Таблица 3. Взаимосвязь карьерно-адаптационных способностей и волевых качеств личности (n = 68)

| Название методики, шкала | | «Волевые качества личности» (ВКЛ) М.В. Чумакова | | | | | | | | | |
|---|-----------------------------------|---|----------------|---------------|-------------------|----------|---------------|--------------|----------------|--------------------|--|
| | | Ответственность | Инициативность | Решительность | Самостоятельность | Выдержка | Настойчивость | Энергичность | Внимательность | Целеустремленность | Итоговый балл волевых качеств личности |
| «Шкала карьерно-адаптационных способностей» | Заинтересованность | 0,39*** | 0,41*** | 0,31* | 0,40*** | 0,47*** | 0,30* | 0,53*** | 0,49*** | 0,51*** | 0,70*** |
| | Контроль | 0,53*** | 0,49*** | 0,16 | 0,21 | 0,43*** | 0,38** | 0,52*** | 0,51*** | 0,54*** | 0,70*** |
| | Любознательность | 0,49*** | 0,37** | 0,26* | 0,29* | 0,38** | 0,36** | 0,55*** | 0,52*** | 0,47*** | 0,70*** |
| | Уверенность | 0,44*** | 0,29* | 0,26* | 0,28* | 0,43*** | 0,36** | 0,32** | 0,22 | 0,35** | 0,56*** |
| | Общий балл карьерной адаптивности | 0,55*** | 0,49*** | 0,28* | 0,33** | 0,52*** | 0,41*** | 0,58*** | 0,53*** | 0,57*** | 0,81*** |

Примечание: * p<0,05, ** p<0,01, p<0,001

тивности, как «заинтересованность», «контроль», «любопытность» и «решительность». Полученные значения свидетельствуют о том, что существуют взаимосвязи между общим баллом волевых качеств личности и карьерно-адаптационными способностями.

Изучая таблицу 3, стоит также заметить, что многие значения шкал методики «Волевые качества личности» М. В. Чумакова достигают уровня статистической значимости со значениями шкал методики М. Савикаса и Э. Порфели «Шкала карьерно-адаптационных способностей» что, в свою очередь, указывает на то, что взаимосвязь присутствует не только с общими баллами волевых качеств и карьерной адаптивности, но и с их параметрами

Взаимосвязь параметров «контроль» и «решительность», «контроль» и «самостоятельность», «уверенность» и «внимательность» не достигает уровня статистической значимости. В данном случае, мы не можем утверждать, о наличии взаимосвязи между данными параметрами.

В ходе анализа выраженности волевых качеств личности и карьерно-адаптационных способностей, а также их множественных взаимосвязей обращают на себя внимание некоторые детерминанты, развитие которых может оказывать влияние на карьерную адаптивность старшеклассников.

1. Влияние волевых качеств личности на карьерную адаптивность старшеклассников можно представить в виде уравнения: Общий балл карьерной адаптивности = $30,45 + (7,92)$ Итоговый балл волевых качеств личности.

Предполагаемое влияние волевых качеств личности на карьерную адаптивность старшеклассников соотносится с значением коэффициента множественной детерминации $R^2 = 0,67$ ($F = 136,04$, при $p = 0,000$).

2. Влияние волевых качеств личности на карьерную адаптивность старшеклассников можно представить в виде уравнения: Общий балл карьерной адаптивности = $13,67 + (1,88)$ Ответственность + $(1,68)$ Самостоятельность + $(3,66)$ Выдержка + $(2,47)$ Энергичность + $(2,27)$ + Внимательность.

Возможное влияние волевых качеств личности на карьерную адаптивность старшеклассников соотносится с значением коэффициента множественной детерминации $R^2 = 0,60$ ($F = 21,50$, при $p = 0,000$).

Рассматривая полученные значения, можно говорить о том, что было установлено наличие влияния волевых качеств на карьерную адаптивность старшеклассников. Помимо влияния общего

балла волевых качеств личности на карьерную адаптивность, было выявлено влияние таких волевых качеств, как ответственность, самостоятельность, выдержка, энергичность и внимательность. Исходя из этого, можно сделать вывод о том, что чем выше уровень развития волевой регуляции (волевых качеств), тем успешнее человек справляется со сложными, нестандартными и неопределенными ситуациями не только в профессиональной, но и повседневной, учебной деятельности. Чем выше уровень волевой регуляции, тем шире и разнообразнее круг задач, которые старшеклассник успешно решает, тем легче он осваивает новые, все более сложные виды и формы произвольной активности (предметные действия, общение, учение, работа), демонстрируя высокую степень осознанности и понимания объективных внешних условий деятельности и собственных субъективных возможностей, своих слабых и сильных сторон.

Чем более старшеклассник самостоятелен и энергичен, тем лучше он понимает своё место в профессиональной деятельности, осознает свои карьерные интересы, и возможности своей будущей карьеры. Ему проще справляться с преградами и препятствиями, которые встречаются в профессиональной деятельности. Чем выше уровень развития ответственности, выдержки и внимательности, тем проще таким испытуемым приспособиться к подходящей работе. Они проявляют признаки планирования своих карьерных целей, доступных им возможностей и возможных изменений в выбранной ими профессии, которые могут потребовать от них изменения текущего карьерного пути.

Таким образом, в результате проведенного исследования можно сделать вывод о том, что гипотезы, сформулированные в начале исследования, были подтверждены, а именно существует взаимосвязь волевой регуляции и карьерной адаптивности, а также уровень волевой регуляции влияет на уровень развития карьерной адаптивности, но существуют различия во влиянии отдельных параметров волевой регуляции, а именно более существенное влияние на карьерную адаптивность оказывают такие волевые качества, как ответственность, самостоятельность и выдержка. Стоит отметить, что помимо указанных трех волевых качеств существенное влияние на развитие адаптивности ещё оказывают энергичность и внимательность. И основным показателем, влияющим на развитие карьерной адаптивности, является общий балл развития волевых качеств личности. Полученные данные свидетельствуют о том, что уровень развития волевой регуляции влияет на развитие составляющих карьерной адаптивности.

Литература:

1. Ильин Е. П. Психология воли / Е. П. Ильин. — СПб.: Питер, 2009. — 368 с.
2. Кондратюк Н. Г., Бурмистрова-Савенкова А. В., Моросанова В. И. Шкала карьерно-адаптационных способностей М. Савикаса и Э. Порфели: психометрические характеристики русскоязычной версии на выборке подростков // Вестник РУДН. Серия: Психология и педагогика. 2021. Т. 18. Вып. 3. С. 555–575.
3. Немов Р. С. Психология: Учеб. для студ. высш. пед. учеб. заведений / Р. С. Немов. — М.: Гуманит. изд. центр ВЛАДОС, 2003. — Кн. 1: Общие основы психологии. — 688 с.
4. Чумаков, М. В. Эмоционально — волевая регуляция деятельности (структура, типы, особенности функционирования в социальном взаимодействии) / М. В. Чумаков. — Курган: Изд-во Курганского гос. ун-та, 2007. — 259 с.
5. Savickas M., Porfeli E. Career Adapt-Abilities Scale: construction, reliability, and measurement equivalence across 13 countries // Journal of Vocational Behavior. 2012. Vol. 80. Pp. 661–673.

6. Super D. E., Savickas M.L., Super C.M. The life-span, life-space approach to careers // Career choice and development / ed. by D. Brown, L. Brooks. 3rd ed. San Francisco: Jossey Bass, 1996. Pp. 121–178.

Этнические особенности и семейные отношения в русских и азербайджанских семьях

Касимова Алина Эйнулла кызы, студент магистратуры
Ярославский государственный педагогический университет имени К. Д. Ушинского

В данной статье автор рассматривает формирование и модернизацию характерных особенностей азербайджанских и русских семей. Анализирует особенности внутрисемейных отношений и ценностей.

Ключевые слова: азербайджанская семья, воспитание детей, современная семья, ценности, этнос.

В связи с различными эмиграционными процессами и смешением культур населения в современном мире, семьи разных национальностей сталкиваются с необходимостью адаптироваться и находить компромиссы в своих ценностных ориентациях. Исследование этнопсихологических особенностей помогает выявить и проанализировать эти различия, а также найти пути и способы совместного существования и взаимодействия в мультикультурной семье.

Культурные ценности являются основой семейных отношений и взаимодействия между родителями и детьми. Русская и азербайджанская культуры имеют свои специфические ценностные ориентации, которые находят отражение в родительском воспитании, общении с детьми, их взаимоотношениях и ожиданиях друг от друга.

Характерные особенности современной семьи заключаются в том, что они становятся все более демократичными и основаны на принципе взаимности. В отличие от традиционных семейных структур, где роли и обязанности были четко разделены, современные семьи стремятся создать равноправие и уважение между всеми членами. Этот переход к демократизации семейных отношений происходит благодаря изменениям в обществе и культуре, а также развитию новых идей о том, что семейные связи должны быть основанными на любви, уважении и равноправии. В современных семьях все члены семьи принимают участие в принятии решений, и каждый член семьи имеет возможность выразить свое мнение и влиять на процесс. [4]

Согласно В. В. Бартольд, в странах, где традиционный институт семьи остался незатронутым или недостаточно трансформированным современное положение семей характеризуется высоким уровнем социокультурного статуса. Автор отмечает, что страны Юго-Восточной Азии и Арабского мира продолжают сохранять неприкосновенный авторитет семьи в период бурного информационного всплеска после конца эпохи промышленной революции [1].

Институт семьи в России также претерпел множественные изменения на протяжении времени.

Изначально в русской культуре семья понимается как консервативный институт, имеющий крепкий фундамент и который невозможно изменить мгновенно, тем более только посредством постоянно воздействующих на русский народ экономических факторов [7].

Практика демократизации супружеских отношений в семьях русских людей включает изменения, происходящие во всех сферах жизни семьи: приоритетные вопросы главенства, ведения семейного бюджета и хозяйства, а также проблемы кооперации домашнего труда, которые касаются совместного ухода за детьми и их воспитания. Что ранее традиционно считалось основой брака, т.е. хозяйственно-бытовая функция, уходит на второй план. Особенности существования человека в современном мире, когда он может обеспечить себя сам, техника позволяет легко решать бытовые проблемы диктуют новую основу брака. Вопрос хозяйственно-бытовой функции в семье уже не стоит так остро и поэтому на первый план выходит взаимная симпатия.

Можно сказать о том, что в современной молодой семье русской национальности происходят значительные изменения. В первую очередь они связаны с выходом на первый план семейных ценностей, связанных с эмоциональными отношениями партнеров, их поддержкой и пониманием друг друга, а также преобладанием у женщин ценности профессиональной реализации по сравнению со всеми другими семейными ценностями [9].

Отличительной чертой формирования образа матери в российской ментальности современности является его содержательная трансформация, связанная с частичной утерей сакральных смыслов материнства и включением новых мировоззренческих ориентиров, пронизанных идеями социального равноправия, возрастания роли женщины в общественной жизни и революционного переустройства общества. При этом в ментальном сознании общества обличается противоречие между образом матери, воплощающим приоритетность духовно-нравственных сакральных ценностей семьи и материнства, и образом матери труженицы, активной гражданки своего государства [2].

Можно сделать вывод, что семейные ценности русского этноса в настоящее время характеризуются приближенным к равноправным отношениям между супругами, демократизацией всей семьи, где голос каждого её члена имеет вес, эмоциональная поддержка. При этом традиционные ценности и ценности феминизма находятся в противоречии для матерей, что может создавать сложности в детско-родительских и супружеских отношениях.

Институт семьи в Азербайджане имеет богатую историю и культурные традиции, которые продолжают существовать

в современном обществе. Он базируется на прочных традициях, где семья считается основой общества [10].

В Азербайджане также имеются многочисленные исследования морально-нравственной стороны семейных взаимоотношений, в том числе связанных с социализацией здесь подрастающего поколения. Здесь выделяются работы А. С. Байрамова, А. К. Ахмедова, З. А. Ахмедовой, и т.д.

Одна из основных черт азербайджанской семьи — это сильные гендерные роли. В традиционной семье азербайджанского общества мужчина считается главой семьи и ответственным за обеспечение материального благополучия. Женщина имеет больше домашних обязанностей, таких как воспитание детей и забота о домашнем хозяйстве. Однако современное общество свидетельствует о постепенном изменении этих ролей [3].

Сегодня прослеживается тенденция регулирования потребностей и поведения в азербайджанском этносе определенными стандартами современного общества, а культура, обычаи и традиции уступают место современному образу жизни. Национальное сознание понемногу нивелируется, молодое поколение склоняется, к куда более либеральным тенденциям развития и формирования общества.

Ярким проявлением модернизации этнического сознания стали измененные этнические особенности повседневной жизни. Например, в современном городском азербайджанском обществе прослеживается увеличение числа разводов и появление неполных семей [8].

Благодаря традициям и обычаям азербайджанского народа, можно увидеть исторически сложившуюся многодетную и многопоколенную семью, как правило, в ней проживают три поколения вместе в качестве расширенной нуклеарной семьи. Так вместе с родителями могут проживать дети и их бабушки, дедушки, иногда прабабушки и прадедушки. В таких семьях обычно своя система воспитания, морально-нравственных ценностей, к ним относятся целомудрие и патриотизм, уважение старших, ценность семьи, сохранности традиций [3].

Встречаются различия в воспитании дочерей и сыновей, они проявляются с раннего детства. Девочек часто балует отец, но при этом приучают к домохозяйству.

В воспитание мальчиков отражается роль будущего отца и кормильца, чтобы он мог постоять за свою женщину и свою семью.

Взаимодействие в азербайджанской семье следующее: отец является главой семьи, а мать выступает в роли посредника между детьми и мужем. Как и в прежние времена, глава семьи сегодня пользуется уважением всей семьи. Но теперь он уже не сам решает все семейные вопросы единолично, а советуется с другими взрослыми членами семьи. В решении вопросов образования детей, заключения брака детей мнение главы семьи имеет весомое значение, обычно к нему прислушиваются [12].

В Азербайджане, несмотря на глобальную культурную революцию, также, как и раньше, развит культ отца.

Детей в Азербайджане с раннего возраста приучают к дисциплине и готовят к полноценной взрослой жизни. Главные аспекты воспитания — это строгость, сдержанность и труд.

В формировании новых приоритетов молодого поколения Азербайджана ключевую роль играла транснациональная ин-

дустрия информационных технологий, которые оказывают серьезное влияние на представления, прежде всего, молодежи об обществе и культуре, меняют ее отношение к окружающей действительности [3].

Как считает Я. Н. Алиева, в современных семьях Азербайджана сегодня с позиции главенства можно выделить 3 типа отношений:

- сравнительно авторитарный;
- номинальный;
- эгалитарный.

Определенный тип отношений влияет на функции семьи.

Основное различие в том, что в авторитарных семьях роль главы семьи занимает мужчина, а в эгалитарных — эту роль может занимать и женщина.

Раньше в Азербайджане после смерти отца по традиции главой семьи становился его старший сын. Под его контроль попадали все начатые дела и забота о всех членах семьи, о воспитании детей, регистрации брака близких родственников. Редко эту традицию можно встретить и в наши дни [6].

Бывают случаи, где добытчиком и главой семьи является один из сыновей, в этом случае возникает несоответствие между формальным и фактическим главой. В современное время глава семьи обладает преимуществом перед остальными членами семьи только в разрешении конфликтных ситуаций. Обычно, главы семей выполняют основные организационные и воспитательные семейные функции [11].

В результате коренного изменения экономических и бытовых условий жизни глубоко изменились отношения родителей и детей, братьев и сестер. Новыми моделями поведения и современного внутрисемейного общения в азербайджанском обществе стало считаться с мнением других членов семьи, в том числе с детьми, советоваться при решении определенных семейных вопросов и давать детям возможность выбора супруга или супруги при вступлении в брак [3].

Особое отношение к старшим проявляется в обычае всем вставать и здороваться с отцом, когда он входит в дом, исполнять его просьбы и пожелания, следить за собой и своим поведением, разговаривать тише, и так все члены семьи, включая детей. Слово отца в азербайджанской семье есть закон.

Внимание уделяется воспитанию дочерей в духе уважения к братьям, поскольку брат — второй в семье мужчина после отца. По обычаю, в случае смерти отца главой и аксакалом семьи становится старший брат, и поэтому его обязаны уважать все. Мать наводит порядок в домашних делах, занимается воспитанием детей. Статус второй после матери женщины в семье имеет старшая сестра. Самый младший член семьи служит предметом общей заботы и любви [5].

В современных семьях детей уже не рассматривают как подмогу и будущих кормильцев состарившихся родителей. Основная цель воспитания — вырастить достойного человека.

Таким образом, мы можем сделать вывод, что семейные ценности азербайджанского этноса сформированы на характерных для него традициях. Важным аспектом является семейная иерархия, в которой господствуют традиционные патриархальные ценности и безусловное уважение старших. При этом особое внимание уделяется воспитанию детей, характер

которого зависит от пола ребенка. При этом в настоящее время наблюдается ослабление традиционных ценностей, в особенности у молодого поколения, что может привести к острым

противоречиям в детско-родительских отношениях, где родители росли в более традиционной среде, а дети — в современной.

Литература:

1. Бартольд, В. В. Ислам. Культура мусульманства / В. В. Бартольд.— Москва: Издательство Юрайт, 2023.— 221 с.— (Антология мысли).— ISBN978-5-534-05833-8.— Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт].— URL: <https://urait.ru/bcode/515967>.
2. Газизова, Ю. С. Модели репрезентации образа матери в российской ментальности // Педагогическое образование в России. 2014. № 9. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/modeli-reprezentatsii-obraza-materi-v-rossiyskoj-mentalnosti>.
3. Жданова, А. В. Культурно-этнические и психологические особенности переживаний азербайджанцев в экстремальных ситуациях // Бюллетень науки и практики. 2020. № 3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kulturno-etnicheskie-i-psihologicheskie-osobennosti-perezhivaniy-azerbaydzhantsev-v-ekstremalnyh-situatsiyah>.
4. Карпова, Е. П. Семья и ее значение в жизни человека // Актуальные проблемы педагогики и психологии. 2023. № S6-2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/semya-i-ee-znachenie-v-zhizni-cheloveka>.
5. Корнетова, Е. Г. Регулирование взаимоотношений между «Старшими» и «Младшими» на Древнем Востоке // Историко-педагогический журнал. 2011. № 3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/regulirovanie-vzaimootnosheniy-mezhdu-starshimi-i-mladshimi-na-drevnem-vostoke>.
6. Латышина, Д. И. Этнопедагогика: учебник для вузов / Д. И. Латышина, Р. З. Хайруллин.— 2-е изд., перераб. и доп.— Москва: Издательство Юрайт, 2023.— 394 с.— (Высшее образование).— ISBN978-5-534-02719-8.— Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт].— URL: <https://urait.ru/bcode/511090>.
7. Машкова, И. Ю. Семья в цифровом мире // Теологический вестник Смоленской Православной Духовной Семинарии. 2020. № 1 (6). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/semya-v-tsifrovom-mire>.
8. Мустафаев, М. Ф., Исмаилов, Р. А. Социальные противоречия в современном азербайджанском обществе // Journal of new economy. 2009. № 3 (25). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnye-protivorechiya-v-sovremennom-azerbaydzhanskom-obschestve>.
9. Рассказова, И. Н. Семейные ценности молодых семей русской и казахской национальности / И. Н. Рассказова // Вестник Казанского государственного университета культуры и искусств.— 2007.— № 1.— С. 40–43
10. Толмачева, А. Ю. Семьи мигрантов из постсоветских государств: между родиной и Россией // Вестник Института социологии. 2022. № 3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/semi-migrantov-iz-postsovetskih-gosudarstv-mezhdu-rodinoy-i-rossiye>.
11. Хухлаева, О. В. Этнопедагогика: учебник для вузов / О. В. Хухлаева, А. С. Кривцова.— Москва: Издательство Юрайт, 2023.— 333 с.— (Высшее образование).— ISBN978-5-534-15314-9.— Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт].— URL: <https://urait.ru/bcode/510906>.
12. Ширинских, Ю. Н. Азербайджанцы в полиэтничной среде г. Самары: факторы этнокультурной идентичности // Самарский научный вестник. 2018. № 1. С. 129–133.

Стратегии взаимодействия в конфликте у студентов колледжа

Ковалёва Наталия Сергеевна, студент магистратуры;

Уваров Евгений Алексеевич, доктор психологических наук, профессор

Тамбовский государственный университет имени Г. Р. Державина

Статья исследует поведение студентов в периоды конфликтов и антагонизма идей, подчёркивая, что учёба в образовательном учреждении является ключевым этапом для формирования личности и навыков самостоятельного мышления. Основной акцент делается на значении эмоциональных переживаний и реакций студентов на конфликты, которые влияют на их профессиональное и личностное развитие. Исследование подчёркивает важность анализа поведенческих стратегий в конфликтных ситуациях для понимания процессов социализации студентов и развития личности. Также статья рассматривает роль самосознания в выборе стратегий поведения в конфликте и важность управления конфликтами в образовательной среде.

Ключевые слова: образование, молодёжь, колледж, конфликты, эмоциональные переживания, личностное развитие, поведенческие стратегии, самосознание, управление конфликтами, тренинг.

Исследование особенностей поведения подростков в периоды антагонизма идей и позиций представляется чрез-

вычайно важным, поскольку именно отрезок времени, посвящённый обучению в образовательном учреждении является

тем продолжительным отрезком биографии индивида, когда происходит постепенный, но весьма фундаментальный процесс становления его субъектности как личности, способной к самостоятельному мышлению и активному взаимодействию с окружающим миром, а также складываются первичные, заложенные на многие годы вперёд формы взаимоотношений человека с социальной средой, в которой ему предстоит существовать и развиваться. Именно на этапе обучения в колледже, растянувшимся на несколько лет, фиксируются определённая иерархия ролей и статусов в рамках сложившихся коллективов студенчества, в которых индивид получает первый ценный опыт познания социума, а также усваиваются глубокие эмоциональные переживания от контактов с неизбежно возникающими в таких коллективах ситуациями противостояния позиций и взглядов, вследствие чего формируется определённый тип эмоциональной реактивности личности, оказывающий затем влияние на последующее развитие профессиональной направленности и личностной самоидентификации уже состоявшегося специалиста на протяжении всей его дальнейшей трудовой деятельности.

Тщательное изучение разнообразных моделей и стратегий поведения молодых людей в условиях конфронтации различных социальных позиций и взглядов, неизбежно возникающих в образовательном процессе, представляется крайне необходимым для выявления общих закономерностей становления личности на этапе его социализации, а также для научного обоснования путей совершенствования самого этого процесса со стороны образовательных учреждений. В этой связи исследование особенностей эмоциональной и поведенческой реакции именно молодых людей, находящихся на стадии получения профессионального образования в стенах колледжа и техникума, представляет собой чрезвычайно значимое направление научных изысканий, способное обогатить фундаментальные знания в области возрастной и педагогической психологии [3].

Согласно существующим в отечественной и зарубежной психологии представлениям, на выбор человеком стратегий поведения в конфликте и способов взаимодействия с оппонентами существенное влияние оказывает его самооценка и образ собственного «Я», являющийся проявлением его самосознания и результатом осознания себя как личности.

Хотя система образования в целом нацелена на развитие и совершенствование личности обучающегося, особенно это подчёркивается в гуманистически ориентированных образовательных моделях, тем не менее, возникновение острых конфликтных ситуаций способно привести к формированию дисгармоничной, деструктивной личности из-за сильных негативных переживаний, что и определяет важность изучения особенностей поведения в конфликтных ситуациях в среде студентов [1].

Само понятие «конфликт» определяется в психологии как столкновение противоположных, несовместимых тенденций в сознании человека или во взаимодействии между людьми, которое всегда сопровождается острыми эмоциональными переживаниями, при этом в основе любого конфликта лежит ситуация, включающая в себя противоречивые взгляды, позиции

и интересы оппонентов, а также их несовместимые цели, которые мешают достижению целей каждой из конфликтующих сторон.

Потенциальные участники будущего конфликта — оппоненты, а также предмет их разногласий уже присутствуют в конфликтной ситуации, как подчёркивал в своих трудах отечественный психолог Ф.Е. Василюк, изучавший подобные ситуации.

Конфликтная ситуация обладает динамичностью и неустойчивостью, она способна легко трансформироваться при любых изменениях её компонентов: взглядов противоборствующих сторон, их отношения к предмету разногласий, замене этого предмета, ограничении взаимодействия оппонентов или отказе одного из них от дальнейшего противостояния.

Отечественные психологи А.Я. Анцупов и А.И. Шипилов, анализируя различные классификации жизненных ситуаций, выделяют простые повседневные ситуации, в которых человек действует в обычном режиме, и сложные напряжённые ситуации с повышенными требованиями, к последним относятся конфликтные ситуации как часть трудных ситуаций социального взаимодействия, предполагающие противостояние оппонентов для защиты собственных интересов и их негативные взаимоотношения [2].

Коренные процессы, проявления и закономерности развития конфликтной динамики в студенческой среде, связанные со сложным взаимодействием множества психологических, социальных и ситуативных факторов, до настоящего времени остаются недостаточно изученными и требуют проведения глубокого комплексного исследования с привлечением разнообразных методов научного поиска с целью всестороннего выявления и анализа этого многогранного явления. Одной из ключевых теоретических и практических задач на данном этапе разработки проблематики является детальное исследование особенностей процесса выбора различных подходов и стратегий поведения молодыми людьми, как мужского, так и женского пола, в стрессогенных конфликтных ситуациях, возникающих в студенческой среде.

В рамках раскрытия данной значимой темы уместным представляется рассмотрение классификации основных стратегий, предложенной известным американским учёным К. Томасом, выделившим три ключевые модели: партнёрскую, ориентированную на компромисс и сбалансированный учёт интересов всех конфликтующих сторон; доминантную, направленную в первую очередь на одностороннее отстаивание собственных целей; а также комбинированную модель, сочетающую как элементы сотрудничества, так и настойчивости в достижении результата [4].

Не менее актуальным является изучение факторов, способствующих эскалации либо, наоборот, разрешению и деэскалации конфликтных ситуаций. В частности, представляется важным определить роль случайных внешних событий и инцидентов, запускающих динамичное развитие противоречия, а также выяснить значение выбора каждой из конфликтующих сторон доминирующей модели поведения, стиля общения и тактики действий в зависимости от приоритетной стратегии — партнёрской, доминантной либо комбинированной.

Хотя каждый конкретный конфликт уникален и неповторим по своим причинам, формам протекания, исходу и последствиям, тем не менее, для конфликтного поведения характерен ряд общих, типичных черт и особенностей, позволяющих выделить некие стандартные схемы и модели конфликтов, одной из которых является последовательность: возникновение конфликтосгенной ситуации вследствие несовместимости интересов, целей и позиций оппонентов, что и приводит к их прямому столкновению.

Стиль поведения в конфликте в данном контексте означает способ реализации субъектом своих интересов, общий образ его конкретных действий для достижения намеченной цели и одновременно манеру общения и взаимодействия с оппонентом. По мнению К. Томаса, в современных исследованиях конфликта акцент должен быть смещён с традиционной идеи разрешения конфликта как достижения некоего идеального бесконфликтного состояния на более реалистичную концепцию управления конфликтом, предполагающую позитивные функции конфликтов.

Для анализа стилей поведения в конфликте К. Томас предложил двухмерную модель, включающую кооперацию, связанную с учётом интересов оппонента, и напористость, акцентирующую внимание на отстаивании собственных интересов, на основании чего им были выделены такие основные стили, как соперничество, приспособление, компромисс, избегание и сотрудничество, причём первые два стили являются активными формами поведения, в то время как приспособление и избегание носят пассивный характер, а компромисс занимает промежуточное положение.

Для изучения стратегий поведения в конфликте у участников образовательного процесса нами было проведено экспериментальное исследование у студентов колледжа.

Гипотезой нашего исследования стало предположение о том, что стратегии конфликтного взаимодействия участников образовательного процесса будут эффективными в случае проведения программы воздействия, в этом случае программа предложенного тренинга будет способствовать развитию навыков выработки оптимальных стратегий эффективного поведения в конфликте.

Для определения ведущих стратегий поведения в конфликте у студентов, нами было проведено исследование на базе Строи-

тельного колледжа г. Тамбова, в котором приняли участие 50 респондентов, по 25 человек в контрольной и экспериментальной группе.

Большинство авторов указывают на высокую вариативность протекания подросткового кризиса и его зависимость от внешних воздействий окружающей среды. Поэтому крайне важно создать необходимые условия для формирования конструктивных стратегий поведения в конфликте у молодых людей. Как известно, такие стратегии поведения способствуют повышению уровня социальной адаптации и успешной коммуникации. Предлагаемая нами программа рефлексивного тренинга, направленная на формирование эффективных стратегий взаимодействия в конфликте у студентов, будет способствовать более успешному их формированию, т.к. именно тренинг как активная форма обмена мнениями обоюдно приемлема в формировании конфликтной компетентности. Программа тренинга включает в себя 16 занятий, продолжительностью 1 час, с интенсивностью проведения по 1–2 занятия в неделю и рассчитана на 2 месяца.

Уникальность данной программы заключается в предоставлении информации через несколько каналов восприятия. Для молодых людей использование аудио- и видеоматериалов с наглядными элементами предпочтительнее из-за многоканальности восприятия, наглядности, привлекательности, лёгкости восприятия и технологичности. Эти методы делают обучение более эффективным и интересным. Современные подростки более технологически грамотны, поэтому использование видеоматериалов соответствует их привычкам в обращении с информацией.

В качестве методики выявления типа поведения в конфликтных ситуациях нами был выбран Опросник К. Томаса в адаптации Н. В. Гришиной.

Контрольная и экспериментальная группа проходили тестирование до проведения программы рефлексивного тренинга и спустя неделю после окончания занятий у экспериментальной группы.

После диагностики респондентов были получены результаты, представленные в таблице 1.

Для определения влияния программы на выбор стратегий поведения в конфликте мы использовали дисперсионный анализ (ANOVA).

Таблица 1. Результаты исследования по методике диагностики тактики поведения в конфликте К. Томаса

| Стратегии поведения | Экспериментальная группа до проведения программы | | Экспериментальная группа после проведения программы | | Контрольная группа до проведения программы | | Контрольная группа после проведения программы | |
|---------------------|--|-----------|---|-----------|--|-----------|---|-----------|
| | Кол-во, чел. | Кол-во, % | Кол-во, чел. | Кол-во, % | Кол-во, чел. | Кол-во, % | Кол-во, чел. | Кол-во, % |
| Соперничество | 6 | 24 | 2 | 8 | 6 | 24 | 7 | 28 |
| Сотрудничество | 4 | 16 | 8 | 32 | 4 | 16 | 4 | 16 |
| Компромисс | 8 | 32 | 10 | 40 | 7 | 28 | 8 | 32 |
| Избегание | 2 | 8 | 2 | 8 | 3 | 12 | 2 | 8 |
| Приспособление | 5 | 20 | 3 | 12 | 5 | 20 | 4 | 16 |
| Всего: | 25 | 100 | 25 | 100 | 25 | 100 | 25 | 100 |

Сформулируем гипотезы:

H0: (нулевая гипотеза): Нет статистически значимого влияния тренинговой программы на стратегии поведения.

H1: (альтернативная гипотеза): Существует статистически значимое воздействие тренинговой программы на стратегии поведения.

p-значение на уровне 0,05.

Расчёты выполнены в программе для статистического анализа SPSS.

| F-статистика | p-значение |
|--------------|------------|
| 5,65 | 0,012 |

$0,012 < 0,05$ — это говорит о том, что есть статистически значимые различия между группами до и после проведения программы. Можно считать, что тренинговая программа оказывает статистически значимое воздействие на стратегии поведения в конфликтных ситуациях.

Литература:

1. Ананьев, Б. Г. Психология студенческого возраста и усвоение знаний // Вестник высшей школы. — 2020. — № 7. — С. 17–21.
2. Анцупов, А. Я. Конфликтология / А. Я. Анцупов, А. И. Шипилов. — М.: ЮНИТИ, 2019. — 496 с.
3. Василюк, Ф. Е. Жизненный мир и кризис: типологический анализ критических ситуаций // Психологический журнал. — 2019. — Т. 16. — № 3. — С. 90–101.
4. Гришина, Н. В. Психология конфликта / Н. В. Гришина. — СПб.: Питер, 2018. — 464 с

Факторы, влияющие на отношение к материнству современных девочек-подростков

Леонова Марина Васильевна, студент магистратуры

Научный руководитель: Николаева Эльвира Федоровна, кандидат психологических наук, доцент

Тольяттинский государственный университет (Самарская обл.)

Данная статья посвящена вопросам выявления факторов, которые влияют на формирование отношения к будущему материнству у современных девочек, находящихся в подростковом возрасте. В тексте анализируются различные подходы психологов к этой проблеме и рассматриваются группы факторов, влияющих на отношение к материнству: коллективное бессознательное представление о материнстве, представление о нормах и отклонениях (девиациях) в отношении к материнству в современном мире; трансгенерационные процессы в семейной системе, семейная история материнства в нескольких поколениях; личная история жизни девочки-подростка, опыт взаимоотношений с собственной матерью.

Ключевые слова: психология, материнство, рождаемость, дочери-матери, подростки.

В последние десятилетия демографические процессы, происходящие в Российской Федерации, имеют негативный характер. Согласно государственной статистике за 2023 год, в сутки в России в среднем рождалось 5100 младенцев, а умирало в течение суток 5550 человек. В час рождалось около 212 детей, количество скончавшихся за час в период 2023 года составило около 230. Этот пример демонстрирует естественную убыль населения Российской Федерации и подчеркивает актуальность вопроса о снижении рождаемости стране.

За последнее время появилось много государственных программ поддержки семейного образа жизни и деторождения. В указе Президента Российской Федерации от 09.11.2022 № 809 закрепляются основы государственной политики по сохранению и укреплению традиционных российских духовно-нравственных ценностей.

Самым свежим документом в данной сфере является Постановление Правительства Российской Федерации от 31.08.2023 № 1419 «О реализации пилотного проекта, направленного на стимулирование рождаемости».

Но несмотря на высокий уровень жизни, растущую государственную поддержку и медицинский прогресс, современные женщины не торопятся заводить детей, а многие и совсем отказываются от рождения ребенка.

Исследования показывают, что отношение к материнству у будущих женщин начинает формироваться еще в детстве. Ответ на внутренний вопрос «Хочу ли я когда-нибудь стать мамой?» — формируется к подростковому возрасту. Важную роль в этом играет семейная история подростка и отношения с матерью в младенческом и раннем детском возрасте [1] но также оказывают влияние модные общественные тенденции по поводу материнства.

Резюмируя, можно отметить, что отношение девочек-подростков к собственному материнству — это основа будущей демографической ситуации в России. Важно обратить внимание на факторы, влияющие на отношение современных девочек-подростков к будущему деторождению.

Материнство, как часть внутреннего мира женщины, — это сложный феномен, развернутый во времени. На него оказывают действие группы факторов:

- коллективное бессознательное представление о материнстве, в том числе понятие «идеальная мать», представление о нормах и отклонениях (девиациях) в отношении к материнству в современном мире;

- трансгенерационные процессы в семейной системе, семейная история материнства в нескольких поколениях;

- личная история жизни девочки-подростка, опыт взаимоотношений с собственной матерью.

Предлагаем рассмотреть каждую группу факторов более подробно.

Коллективное бессознательное

Представление о материнской фигуре, дающей жизнь, любящей и питающей, характерно для всех народов. В славянском этносе «Мать-земля» ассоциируется с плодородием, продолжением рода. [2] Женщина-мать всегда имела особый статус в общественном представлении в нашей культуре. После революции 1917 года, с момента создания СССР, представление о том, какая должна быть мать, было взято под контроль идеологией и менялось в зависимости от потребностей государства.

Например, в статьях журналов и газет 1920-х годов материнство преподносилось как бремя, мешающее социальной активности женщины. Провозглашалось законное право женщин прервать нежеланную беременность или отдать ненужного в данный момент ребенка Советскому государству на воспитание. [3] Результатом такой политики через 20 лет стало быстрое сокращение рождаемости.

Спустя несколько десятилетий на смену приходит ожидание, что женщины будут не только верными подругами и строительницами коммунизма, но и преданными матерями, способными на материнский подвиг. В 1944 году был учрежден орден «Мать-героиня», которым награждались женщины, родившие и воспитавшие более 9 детей.

Во второй половине XX века на смену идее «выживания ребенка в сложных жизненных условиях» приходит идея его «пол-

ноценного развития», которая включает в себя материнскую ответственность за физическое, эмоциональное и интеллектуальное развитие будущего гражданина [4].

С 1970-х «воспитание трудом» и формирование будущего полноценного члена советского общества становится не так актуально и приходит идея «эмоциональной заботы». [5]

XXI век начинается с усиления акцента на личной ответственности матери за эмоциональное и психологическое благополучие своих детей, а также с усиления роли социальных институтов в сфере контроля за материнско-детскими отношениями и благополучием детей.

С начала 90-х годов в нашей стране стало модно следовать западным тенденциям в сфере материнства. Появилась возможность суррогатного материнства, операционной и медикаментозной смены пола. Это постепенно расширило рамки общественной нормы в данной сфере и стало фактором, сильно меняющим реальность. Особый акцент на материальную успешность и широкие рамки нормы в репродуктивной сфере человечества создали возможность повысить статусность общественных ролей не совместимых с традиционными российскими духовно-нравственными ценностями.

Например, старые девы, являясь «бизнесвумен» в современном обществе часто выступают эталоном успеха, в то время как в прошлом веке их статус был не высок. Другой пример — отклоняющееся от нормы своего пола, полоролевое поведение подростков, признавалось обществом за рамками нормы в прошлом и активно поощряется сейчас.

Нетрадиционные идеи о равенстве сексуальных меньшинств, раннем сексуальном воспитании детей и свободе смены пола, о жизни только для себя «чайл фри» и возможности суррогатного материнства — привели к размыванию и искажению представлений о материнстве в России, к ментальному кризису нового поколения и как следствие к снижению рождаемости. Результаты социальных опросов показывают, что многие молодые люди больше не желают жить в соответствии с семейными традициями, они хотят больше личной свободы.

Через призму этих идей взгляд на материнство представляется не привлекательным. Рождение детей и материнство кажется обременительным. Согласно общественным опросам, увеличивается количество молодых женщин, делающих выбор в пользу индивидуалистических ценностей. Они отдают предпочтение личной свободе и независимости, финансовой успешности, хорошей физической форме и карьерному росту, откладывая материнство «на потом». Об этом пишет в своей книге «Дорогие дети: сокращение рождаемости и рост «цены» материнства в XXI веке» Анна Шадринна [6].

Трансгенерационные процессы в семейной системе

Под трансгенерационными процессами в семейных системах понимаются взаимосвязи в сфере деторождения и воспитания детей на протяжении нескольких поколений. Рассматривается семейная история и особенности материнства 2–4 поколений женщин в семье.

Опираясь на теорию семейных систем М. Боуэна, можно предположить, что существует некое совокупное «семейное Я»,

которое включает эмоциональные процессы в том числе проективные как на уровне одного поколения, так и межпоколенной трансляции поведенческих паттернов в материнской сфере. [7]

А. А. Шутценберг — основоположник трансгенерационного подхода говорит о том, что каждая личная история женщины — это часть истории семьи. Отделенные временем события предыдущих поколений за счет бессознательного повторения опыта могут оказаться гораздо ближе, чем кажутся [8]. Похожие мысли обозначает в своих работах Б. Хеллингер [9].

Ролевая модель материнства заполнена не только ценностями и установками, но и конфликтами, травмами, обидами нескольких поколений. Это формирует основу для психологической готовности или не готовности к материнству девочки-подростка. [10]

Как говорит Малькова И. Н. [11] в своей работе «Семейная история как фактор формирования материнского отношения», существует подтвержденная исследованиями трансгенерационная связь между травмирующими событиями (аборты, разводы, физическое насилие, алкоголизм) и эмоционально-оценочной и когнитивной составляющей материнского отношения.

Подводя итог, можно предположить, что материнство конкретной женщины во многом является неким сценарием, заложенным прежними поколениями. Разводы, нарушение эмоциональных связей, физическое насилие, отказы от детей, аборты, сиротство или гибель детей по вине родителей — это травматичные ситуации, которые оставляют глубокий след в семейном бессознательном и будут влиять на жизнь потомков данной семейной системы. Молодое поколение, контактируя с материнской фигурой, часто вмещает в себя невыносимые чувства родителей. Они аукаются, когда рождается новое поколение, и женщина становится матерью. В виде повторяющихся травматических событий родительских поколений: депрессий, страхов, патологической вины, элементов девиантного материнства, психосоматических заболеваний.

Личная история девочки-подростка как фактор будущего материнства

Во многих этносах есть поговорки, о том, что девочка станет достойной матерью, если будет любить своего будущего ребенка с детства. Конечно, важную роль здесь играет личный опыт взаимодействия с собственной матерью.

Исследователи обращают внимание на личностное развитие женщины-матери от рождения и до глубокой старости, ее удовлетворенность ролью матери, установки в сфере материнства, трансгенерационные особенности материнской сферы в семье Винникотт Д. В. [12], Филиппова Г. Г. [13], Сорокина Е. И. [14], Малькова И. Н. [15].

Безусловно развитие материнской сферы начинается с детства. А. В. Филиппова [13] выделяет этапы развития онтогенеза потребностно-мотивационной материнской сферы в личной истории женщины:

1. Этап взаимодействия с собственной матерью;
2. Этап развития материнской сферы в игровой деятельности;
3. Этап нянчания;

4. Этап дифференциации мотивационных основ материнской и половой сфер в подростковом возрасте;

5. Этап взаимодействия с собственным ребенком в младенчестве;

6. Этап взаимоотношения с ребенком после окончания этапа младенчества.

Похожую периодизацию материнства предлагают также другие авторы И. А. Захаров [16], С. Ю. Мещерякова [17].

Рассмотрим подробнее первые 4 этапа формирования материнской сферы, которые проходит в своем развитии девочка-подросток.

Первый этап «взаимодействие с собственной матерью» продолжается всю совместную жизнь матери и дочери. Он включает в себя внутриутробное развитие, младенчество, детство, общение с матерью во время взросления, рождение и воспитание собственного ребенка и заканчивается отношениями с пожилой матерью-бабушкой.

В зарубежной и отечественной науке уже выделилось самостоятельное направление, в фокусе которого материнско-дочерние отношения. Представители этого направления С. Форвард, Г. Д. Фрейзер «Безразличные матери. Исцеление от ран родительской нелюбви» [18], П. Стрип «Нелюбимая дочь. Как оставить в прошлом травматичные отношения с матерью и начать новую жизнь» [19], Н. Дмитриева «Дочки-матери. Любовь-ненависть». [20]

Современные исследователи обращают внимание на сильную «трансляцию» из поколения в поколение материнского отношения. Малькова И. Н. обращает внимание на связь нарушенных отношений между разными поколениями в семье с самопринятием молодой мамы, психологической дистанцией с ребенком, тревожностью по поводу беременности и грудного вскармливания. Малькова И. Н. обозначает, что материнско-дочерние отношения во многом определяют будущее материнское отношение девочки-подростка [11].

Второй этап «развитие материнской сферы в игровой деятельности» связан с игрой в куклы.

Предшествующие поколения осознавали связь игры в куклы с развитием отношения девочки к материнству [13]. В русских традициях куклу специально для дочери шила мат. Зачастую ее передавали из поколения в поколение от матери к дочери. Дарение куклы обозначало символическую передачу девочке роли матери.

Г. Г. Филиппова отмечает «По логике развития самой сюжетно-ролевой игры первоначально возникают сюжетно-образительные действия (кормление куклы, укачивание), а затем принятие на себя роли матери. Проживание в роли состояний своего персонажа, идентификация с ним, моделирование в игровых ситуациях реальных событий из жизни дает возможность отработки не только мотивационных основ, но и операционального состава материнской сферы» [13, с. 142–144].

Девочка в процессе игры с куклой отражает личные умозаключения, проживает чувства, возникшие в процессе взаимодействия с мамой или при наблюдении за отношениями других матерей со своими младенцами. Для девочки важна как сама игра в куклы, так и отношение к этой игре ее матери.

В современном обществе взрослые часто недооценивают игры в куклы, отдавая предпочтение развивающим занятиям, обучению логике, грамоте.

Этап развития материнской сферы в игровой деятельности недооценен и данный момент малоизучен, как фактор развития положительного отношения к материнству у девочек.

Третий этап онтогенеза материнской сферы девочки-подростка — нянчание. Это взаимодействие в игровой форме ребенка и младенца. В современном мире из-за сокращения числа многодетных и распада больших межпоколенных семей очень мало детей имеют возможность нянчиться с младшими братьями и сестрами. Это очень значимый этап для развития материнской сферы девочки. Как отмечает Г.Г. Филиппова [13] для будущей матери очень важен опыт взаимодействия с младенцем в собственном детстве. Посредством нянчания девочки усваивают и закрепляют навыки общения с младенцем, прежде апробированные в играх с куклой. Живой малыш оказывается интереснее куклы, он показывает интерес к девочке, ярко и искренне проявляет чувства: гулит, улыбается. Это умиляет и формирует убеждение в собственной компетентности и успешности во взаимодействии с малышами. Сенситивным к нянчанию возрастом считается период с 6 до 10 лет. Недостаток опыта нянчания может привести к формированию чувства страха перед младенцем во взрослом возрасте, опасений нанести ему вред. В будущем контакт с младенцем может вызывать неприятие и раздражение, неумение получать позитивные эмоции от игры.

Четвертым этапом является дифференциация половой и материнской мотивационных основ в подростковом возрасте. На этот возраст приходится пик полового самоосознания, завершается половая идентификация по мнению Юферева Т.И. [21] Актуализируется потребность привлекать внимание мужского пола, стартует процесс самоисследования и поиск ответа на вопрос «Какая я в мире отношений?». Девочка подросток соотносит себя с образом будущей матери, критически оценивает и формирует внутренний идеал, который поможет ей в будущем построить связь со своим будущим ребенком. Мать —

одна из самых значимых фигур, она одновременно является и образцом для подражания и критикуемой фигурой. Это и есть те два полюса между которыми лавирует сепарирующийся подросток.

Дифференциация половой и материнской сферы касается в первую очередь тактильного контакта. Имея опыт нянчания и тактильного контакта с младенцем, девочка-подросток сталкивается со схожестью ощущений в контакте с противоположным полом. Требуется определенная внутренняя работа по разделению этих двух сфер.

При отсутствии опыта нянчания в детском возрасте все тактильные ощущения классифицируются головным мозгом как часть половой сферы. Это может в будущем при беременности и кормлении грудью вызвать смятение и внутренний конфликт. Результатом которого часто становится уменьшение физического контакта с младенцем.

Таким образом перед государством, как законодателем в сфере коллективного бессознательного, в отношении материнства, стоит задача формирования позитивного отношения у будущего поколения к продолжению рода, созданию привлекательного образа матери и оказания максимальной поддержки семьям с детьми. Важными институтами, влияющими на будущее отношение к материнству девочки-подростка, являются детский сад и школа. Важна разработка специальных психологических программ для подрастающих девочек и девушек, которые учитывают этапы развития онтогенеза материнской сферы.

Перед семьей, воспитывающей в данный момент ребенка, стоит важная задача — осознание и коррекция ошибок в семейной истории с целью формирования позитивного образа материнства для следующего поколения. Для этого подойдут различные методы психотерапии родительской пары и личной психотерапии матери.

Девочка-подросток как будущая мать требует заботливого и чуткого отношения как со стороны родителей и родственников, так и педагогов, социальных работников и психологов, контактирующих с ребенком.

Литература:

1. Брутман В. И., Варга А. Я., Хамитова И. Ю. Влияние семейных факторов на формирование девиантного поведения матери // Журнал практической психологии и психоанализа. — 2002 — № 3. — с. 79–87.
2. Козлов В. В., Фетискин Н. П. Трудные дети. — М.: Институт консультирования и системных решений, 2018. — 544 с.
3. Gradskova Y. Soviet People with Female Bodies: Performing Beauty & Maternity in Soviet Russia in the Mid 1930–1960s // Soderborn University College, Centre for Baltic and East European Studies. — Stockholm: Stockholm University Press, 2007. — 347 p. (582)
4. Carlbäck H. Lone Motherhood in Soviet Russia in the Mid-20th Century — In a European context // And They Lived Happily Ever After: Norms and Every Day Practices of Family and Partnership in Russia and Central Europe. — Budapest; New York: Central European University Press, 2012. — p. 25–46
5. Kelly C. Children's World: Growing up in Russia, 1890–1991. — New Haven, London: Yale University Press, 2007. — 714 p.
6. Шадрина А. Дорогие дети: сокращение рождаемости и рост «цены» материнства в XXI веке. — М.: Новое литературное обозрение, 2017. — 392 с.
7. Теория семейных систем Мюррея Боуэна. Основные понятия, методы и клиническая практика / Пер. с англ. — М.: Когито-Центр, 2019. — 496 с.
8. Шутценбергер А. А. Синдром предков: Трансгенерационные связи, семейные тайны, синдром годовщины, передача травм и практическое использование геносоциогаммы. — М.: Психотерапия, 2020. — 254 с. (524)
9. Хеллингер Б. Порядки любви: как жизнь и любовь удаются вместе. — М.: Институт консультирования и системных решений, 2013. — 360 с.

10. Уэллдон, Э.В. Мать. Мадонна. Блудница. Идеализация и обесценивание материнства / Э.В. Уэллдон. — М.: Издательство «Перо», 2016. — 204 с.
11. Малькова И.Н. Семейная история как фактор формирования материнского отношения: дис... канд. психол. наук. Ярославль, 2014
12. Винникотт Д.В. Маленькие дети и их матери. — М.: «Класс», 1998. — 78 с.
13. Филиппова Г.Г. Психология материнства: учебное пособие для среднего профессионального образования / Г.Г. Филиппова. — 2-е изд., испр. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2023. — 212 с.
14. Сорокина Е.И. Коучинг материнской сферы женщины-матери актуального времени: дис. ... канд. псих. наук: утв. 2021/ Сорокина Екатерина Николаевна. — Ярославль., 793 с.
15. Малькова И.Н., Жедунова Л.Г. Трансляция семейного опыта как фактор формирования материнского отношения // Ярославский педагогический вестник. — 2011. — № 3. — Том II (Психолого-педагогические науки). — С. 223–227.
16. Захаров А.И. Ребенок до рождения и психотерапия последствий психических травм. — СПб.: Союз, 1998. — 132 с.
17. Мещерякова С. Путь к материнству начинается с младенчества // Дошкольное воспитание. — 2002. — № 11. — С. 81–88
18. Форвард С., Фрейзер Г.Д. Безразличные матери. Исцеление от ран родительской нелюбви. — СПб.: Питер, 2020. — 320 с.
19. Стрип П. Нелюбимая дочь. Как оставить в прошлом травматичные отношения с матерью и начать новую жизнь / Пер. с англ. — М.: Альпина Нон-фикшн, 2019. — 326 с.
20. Дмитриева Н. Дочки-матери. Любовь — ненависть. — М.: Изд-во «Вариант», 2019. — 392 с.
21. Юферева, Т.И. Формирование психологического пола [Текст] / Т.И. Юферева // Формирование личности в переходный период от подросткового к юношескому возрасту. — М., — 1987.

Эмпирическое исследование особенностей переживания эмоционального выгорания и одиночества мужчин и женщин

Новак Николай Николаевич, студент магистратуры
Тольяттинский государственный университет (Самарская обл.)

Статья посвящена вопросу гендерных различий в переживании эмоционального выгорания и одиночества. Представлены результаты эмпирического исследования эмоционального выгорания и одиночества среди мужчин и женщин. Результаты исследования отразили, что мужчины и женщины в равной степени подвержены синдрому эмоционального выгорания и чувству одиночества, при этом присутствуют некоторые гендерные отличия в переживании данных состояний.

Ключевые слова: эмоциональное выгорание, одиночество, гендерные особенности.

В наше время, на фоне стремительного научно-технического прогресса и трансформации социокультурных отношений, исследователями всё чаще поднимаются вопросы эмоционального выгорания и распространения чувства одиночества. При этом, несмотря на то, что в современном обществе всё чаще говорят о гендерном равенстве, в тоже время, всё ещё остаются стереотипы в отношении норм и социальных ролей мужчин и женщин, которые вносят свои особенности в переживание эмоционального выгорания и одиночества.

Проблема эмоционального выгорания стала предметом научных исследований в середине 70-х годов XX века. Первоначально этот термин определялся как «состояние изнеможения, истощения с ощущением собственной бесполезности» [5], однако, на сегодняшний день, СЭВ рассматривается и как состояние, связанное с межличностными отношениями, и как кризис профессиональной деятельности в целом.

Согласно определению ВОЗ, «синдром эмоционального выгорания» (СЭВ) — это физическое, эмоциональное или мотивационное истощение, характеризующееся нарушением про-

дуктивности в работе, усталостью, бессонницей, повышенной подверженностью соматическим заболеваниям [5].

Наиболее часто СЭВ подвержены сотрудники социально-математических профессий, работа которых связана с большим количеством общения (медицинские и социальные работники, учителя и др.), однако в настоящее время список профессий, подверженных выгоранию, существенно расширен.

Основными компонентами СЭВ, согласно трехкомпонентной концепции Maslach С., являются: эмоциональное истощение (отсутствие энергии и мотивации, усталость), деперсонализация (циничное отношение к труду и объектам труда, чувство отстраненности, создание эмоциональной дистанции), и редукция персональных достижений (ощущение специалистом некомпетентности в собственных профессиональных знаниях и навыках, а также неудовлетворенность профессиональными достижениями) [5].

В.В. Бойко выделил три фазы развития эмоционального выгорания («Напряжение», «Резистенция», «Истощение»), для каждой из которых характерны свои специфические симптомы [1].

При профессиональном выгорании наблюдаются нарушения межличностных и профессиональных контактов и деперсонализации, что приводит к ощущению изоляции, недостатку поддержки со стороны коллег и семьи, разрушению близких доверительных отношений, что, в свою очередь, может способствовать развитию состояния одиночества.

В психологии одиночество рассматривается как комплексное эмоциональное состояние, включающее в себя как физическое отсутствие близких взаимоотношений, так и внутреннее ощущение изоляции.

С. Г. Корчагина определяет одиночество как «психическое состояние человека, отражающее переживание своей отдельности, субъективной невозможности или нежелания чувствовать адекватный отклик, принятие и признание себя другими людьми» [3].

Принято считать, что наиболее сильно переживанию эмоционального выгорания и состоянию одиночества подвержены женщины, однако результаты исследований отражают противоречивые данные. По мнению исследователей, гендерные стереотипы оказывают влияние на то, что, с одной стороны, женщины могут открыто выражать и обсуждать свои переживания, в то время как среди мужчин принято сдерживать и замалчивать свои эмоции, а также не замечать симптомы данных состояний, что, в свою очередь, сказывается на результатах проводимых исследований.

В данной работе предпринята попытка определить гендерные особенности переживания эмоционального выгорания и одиночества.

В исследовании приняли участие 40 человек, в возрасте от 30 до 45 лет, проживающие в г. Красноярск. Участие в исследовании было добровольным и анонимным. В рамках исследования нами были сформированы две группы: группа мужчин (n=20, средний возраст — 35,8±2,37, стаж работы — 10,9±2,29), и группа женщин (n=20, средний возраст — 36,8±3,28, стаж работы — 12,2±4,11).

В исследовании были использованы методики: «Диагностика уровня эмоционального выгорания» В. В. Бойко [1], «Опросник для определения вида одиночества» С. Г. Корчагиной [3], «Дифференциальный опросник переживания одиночества» (ДОПО-3) Д. А. Леонтьев (краткая версия) [4].

Исследование состояния эмоционального выгорания проводилось на основе методики «Диагностика уровня эмоционального выгорания» В. В. Бойко [1]. Средние значения полученных результатов по фазам эмоционального выгорания представлены на рисунке 1.

Анализ исследования эмоционального выгорания отразил, что большая часть опрошенных респондентов подвержена второй фазе эмоционального выгорания — «Резистенция», второй по степени выраженности является фаза «Истощение». При этом у женщин средние значения фазы «Резистенция» несколько выше, чем у мужчин (62,5/56), в тоже время как у мужчин выше среднее значение фазы «Напряжение» (48,7/36,45). Фаза «Истощение» переживается данными группами респондентов в равной степени.

Анализ средних значений симптомов эмоционального выгорания также отразил некоторые гендерные различия. В частности, в группе мужчин, по сравнению с группой женщин, несколько выше средние значения по симптомам СЭВ: «Неудовлетворённость собой» (10,7/6,05), «Загнанность в клетку» (12,5/5,6), «Эмоциональный дефицит» (14,5/9,2), «Эмоциональная отстраненность» (16/11,5). Данные симптомы отражают, что для мужчин более характерно проявление чувства недовольства собой, избранной профессией, занимаемой должностью, ощущение безысходности, желание изменить работу или сферу профессиональной деятельности, а также, развитие эмоциональной бесчувственности на фоне переутомления, минимизация эмоционального вклада в работу, автоматизм при выполнении профессиональных обязанностей и исключение эмоции из сферы своей профессиональной деятельности.

В группе женщин, по сравнению с группой мужчин, несколько выше средние значения по симптомам СЭВ: «Расширение сферы экономики эмоций» (14,8/9,4), «Личностная отстраненность (деперсонализация)» (14,8/11,4) и «Психосоматические и психовегетативные нарушения» (13,8/7). Данные симптомы отражают, что у женщин, переживающих СЭВ, могут проявляться признаки эмоциональной замкнутости, отчуждения, желание прекратить любые коммуникации, возникающие в результате усталости от контактов, разговоров



Рис. 1. Средние показатели фаз эмоционального выгорания по методике «Диагностика уровня эмоционального выгорания» В. В. Бойко

и ответов на вопросы, что также приводит к нарушению профессиональных отношений, развитию циничного отношения к тем, с кем приходится общаться, а также может наблюдаться ухудшение физического самочувствия и развитие психосоматических нарушений.

Исследование состояния одиночества и определения его видов проводилось на основе методики «Опросник для определения вида одиночества» С. Г. Корчагиной [3]. Средние значения полученных результатов представлены на рисунке 2.

Анализ полученных данных, отражающих параметры одиночества, показал следующие результаты: по шкале «Состояние одиночества» (без определения вида) у мужчин, по сравнению с женщинами, выше средние значения данных (8,1/7,4). Анализ шкал, отражающих вид одиночества, отразил, что у мужчин более выражено «Диссоциированное одиночество», у женщин — «Отчуждающее одиночество». Анализ данных, с целью определения различий в переживании видов одиночества между мужчинами и женщинами, показал, что у мужчин несколько выше средние значения по шкале «Диффузное одиночество» (7/5,5), в то время как у женщин выше средние значения по шкале «Отчуждающее одиночество» (8,2/7,9).

Исследование отношения к одиночеству проводилось на основе методики «Дифференциальный опросник переживания одиночества» (ДОПО-3) Д. А. Леонтьев, Е. Н. Осин, (краткая версия) [4]. Средние значения полученных результатов представлены на рисунке 3.

По результатам анализа по методике ДОПО-3к, на основе средних значений данных, было установлено, что мужчины и женщины в равной степени подвержены переживанию одиночества (13,2/13,3), у мужчин немного выше средние значения по шкале «Зависимость от общения» (13,9/12,4), по шкале «Позитивное одиночество» у женщин средние значения немного выше, чем в группе мужчин (26,7/25,5).

Таким образом, результаты анализа состояния одиночества по данным методикам показали, что мужчины немного сильнее переживают одиночество, и более зависимы от общения, в то время как женщины чаще в состоянии одиночества находят положительные моменты. Анализ видов одиночества показал, что для мужчин более характерно переживание «Диссоциированное одиночество», а для женщин «Отчуждающее одиночество».

Далее нами был проведен корреляционный анализ, с применением коэффициента ранговой корреляции Пирсона, с целью

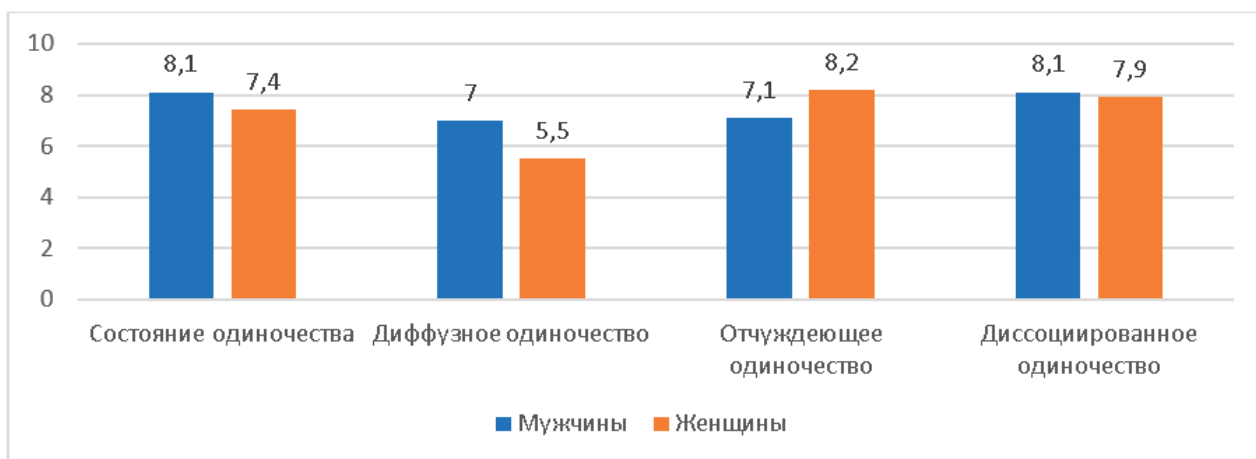


Рис. 2. Средние значения шкал по методике «Опросник для определения вида одиночества» С. Г. Корчагиной

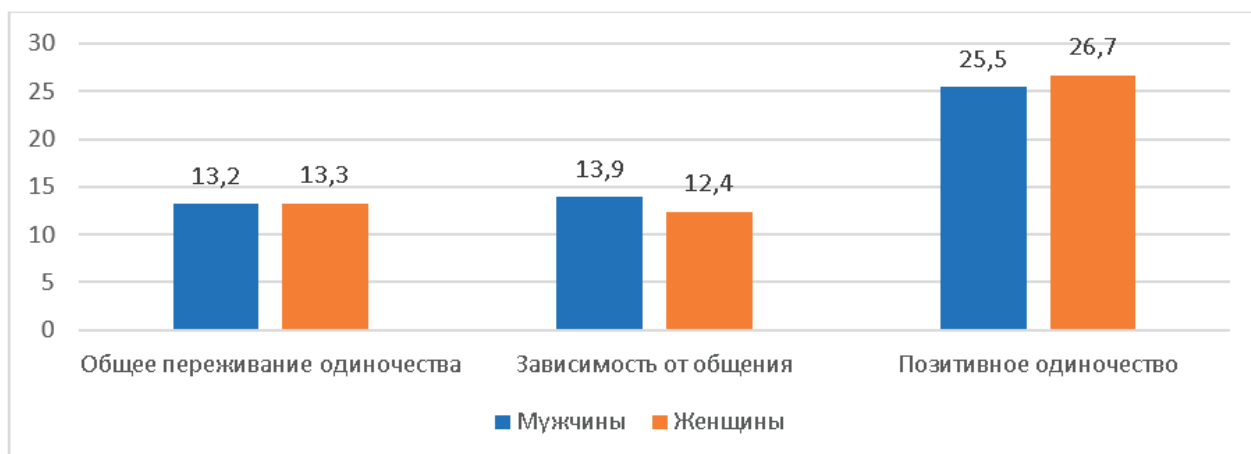


Рис. 3. Средние значения шкал одиночества по методике ДОПО-3к

исследования гендерных особенностей взаимосвязи в переживании эмоционального выгорания и одиночества.

В результате корреляционного анализа, проведенного между методиками «Опросник для определения вида одиночества» и «Диагностика уровня эмоционального выгорания» в группе мужчин нами была определена статистически значимая отрицательная корреляционная связь между шкалой «Диссоциированное одиночество» и всеми фазами и симптомами эмоционального выгорания (исключение составили симптомы «Эмоционально-нравственная дезориентация» и «Эмоциональный дефицит»), среди которых можно выделить результаты между «Диссоциированным одиночеством» и фазой «Резистенция» ($r = -,747, p \leq 0,01$), а также симптомами «Неудовлетворенность собой» ($r = -,679, p \leq 0,01$), «Тревога и депрессия» ($r = -,696, p \leq 0,01$), «Расширение сферы экономии эмоций» ($r = -,763, p \leq 0,05$), «Редукция профессиональных обязанностей» ($r = -,525, p \leq 0,01$) и «Психосоматические и психовегетативные нарушения» ($r = -,772, p \leq 0,01$). В группе женщин статистически значимые результаты не обнаружены.

Таким образом, по результатам корреляционного анализа, мы можем предположить, что переживание мужчинами «Диссоциированного одиночества» может снижать проявление симптомом эмоционального выгорания. Это может быть связано с тем, что диссоциированное одиночество характеризуется сменой процессов идентификации и отчуждения, при которой человек сначала полностью отождествляется с другим, а затем резко отчуждается. Этот процесс может создать временное чувство отстраненности, а также может служить защитным механизмом, предотвращающим слишком интенсивное переживание стрессовых ситуаций. Возможно, что диссоциация в данном контексте позволяет мужчинам временно избежать интенсивных эмоциональных переживаний, связанных с эмоциональным выгоранием.

По результатам корреляционного анализа, проведенного между методиками «ДОПО-3к» и «Диагностика уровня эмоционального выгорания», в группе мужчин определена статистически значимая корреляционная связь между симптомом СЭВ «Личностная отстраненность (деперсонализация)» и параметрами одиночества: «Общее переживание одиночества» ($r = -,574, p \leq 0,01$), «Зависимость от общения» ($r = ,498, p \leq 0,01$) и «Позитивное одиночество» ($r = -,596, p \leq 0,01$). Это может быть связано с тем, что при развитии данного симптома происходит развитие циничного отношения к окружающим и нарушение профессиональных отношений, что, в свою очередь, может привести к переживанию одиночества, на фоне которого развивается зависимость от общения.

Литература:

1. Бойко В. В. Синдром «эмоционального выгорания» в профессиональном общении. — СПб., 1999.
2. Водопьянова Н. Е. Психодиагностика стресса. — СПб.: Питер, 2009. — 336 с.: ил. — (Серия «Практикум»).
3. Корчагина С. Г. Психология одиночества: учебное пособие. — М.: Московский психолого-социальный институт, 2008. — 228 с.
4. Леонтьев Д. А., Осин Е. Н. Дифференциальный опросник переживания одиночества: структура и свойства // Психология. Журнал ВШЭ. — 2013. — Т. 10. — № 1. — С. 55–81.
5. Чутко Л. С. Синдром эмоционального выгорания. Клинические и психологические аспекты / Л. С. Чутко, Н. В. Козина. — М.; МЕДпрессинформ, 2013. — 256 с.

В группе женщин по результатам данного корреляционного анализа определена статистически значимая связь между следующими параметрами: «Общее переживание одиночества» и «Эмоционально-нравственная дезориентация» ($r = ,629, p \leq 0,01$); шкалой одиночества «Зависимость от общения» и симптомами СЭВ «Неудовлетворенность собой» ($r = ,686, p \leq 0,01$), «Неадекватное избирательное эмоциональное реагирование» ($r = ,678, p \leq 0,01$), и «Эмоциональный дефицит» ($r = ,467, p \leq 0,05$). Это может быть связано с тем, что на фоне развития эмоционально-нравственной дезориентации формируется безразличие в профессиональных отношениях, при этом специалисты начинают прибегать к самооправданию, не проявляя должного эмоционального отношения к клиенту/пациенту, что, в свою очередь, может повлиять на качество межличностных отношений и создавать барьеры в общении и взаимодействии с окружающими. Неудовлетворенность собой, неадекватное избирательное эмоциональное реагирование и эмоциональный дефицит могут указывать на дефицит внутреннего удовлетворения и эмоциональной поддержки, сложности в межличностных взаимоотношениях, а также на потребность в подтверждении своей ценности, на фоне которых зависимость от общения становится компенсаторным механизмом для борьбы с эмоциональными трудностями.

Необходимо обратить внимание, что данные предположения требуют дополнительных исследований для полного понимания механизмов взаимосвязи между одиночеством и эмоциональным выгоранием.

Таким образом, проведенный анализ полученных результатов отразил, что мужчины и женщины в равной степени и интенсивности подвержены синдрому эмоционального выгорания и чувству одиночества. При этом, присутствуют некоторые гендерные отличия в переживании данных состояний. В частности, мужчины, по сравнению с женщинами, немного сильнее переживают фазу «Напряжение» и симптомы «Неудовлетворенность собой», «Загнанность в клетку», «Эмоциональный дефицит» и «Эмоциональная отстраненность». В то же время у женщин более выражена фаза «Резистенции» и симптомы «Расширение сферы экономии эмоций», «Личностная отстраненность (деперсонализация)» и «Психосоматические и психовегетативные нарушения». В аспектах переживания чувства одиночества также присутствуют некоторые гендерные отличия: у мужчин выше средние значения по шкале «Диссоциированное одиночество», у женщин по шкале «Отчуждающее одиночество», а также мужчины более «зависимы от общения» в то время, как женщины чаще находят положительные моменты в чувстве одиночества.

Психолого-педагогические аспекты профилактики зависимого аддиктивного поведения обучающихся

Попков Анатолий Андреевич, студент магистратуры

Научный руководитель: Голубева Галина Федоровна, кандидат психологических наук, доцент
Брянский государственный университет имени академика И. Г. Петровского

В статье содержится краткий обзор исследований по проблеме аддиктивного поведения обучающихся, рассмотрены этапы реабилитационного процесса и профилактики с целью сохранения и восстановления потенциальных возможностей молодежи.

Ключевые слова: психоактивные вещества, зависимость, аддикция, профилактика, реабилитация, ресоциализация.

Psychological and pedagogical aspects prevention of dependent addictive behavior of students

Popkov Anatoly Andreevich, student master's degree

Scientific advisor: Golubeva Galina Fedorovna, candidate of psychological sciences, associate professor
Bryansk State University named after academician IG Petrovsky

The article contains a brief overview of research on the problem of addictive behavior of students, discusses the stages of the rehabilitation process and prevention in order to preserve and restore the potential of youth.

Keywords: psychoactive substances, addiction, prevention, rehabilitation, resocialization.

Понимание природы аддиктивного поведения как теоретической и концептуальной проблемы современного общества осложнена методологическим кризисом, который сформировался в системе медицинских и социально-психологических наук. В современных исследованиях одновременно рассматриваются социоцентрическое и децентрическое направления организации и функционирования человеческой психики.

Создание возможностей для пожизненного прекращения употребления наркотических средств и психоактивных веществ, оказание помощи принимающим психоактивные вещества (далее по тесту ПАВ) является основой для изменения позиции человека как биосоциального существа.

Зависимость (аддикция) представляет собой комплексную проблему, имеющую медицинский, психологический, духовный и социальный аспекты.

В связи с этим медицинская помощь — лишь начало процесса реабилитации таких больных, за которым должна следовать систематическая психологическая и психотерапевтическая работа с сознанием зависимого человека.

Ресоциализация означает повторную социализацию, которая происходит на протяжении всей жизни человека. Цель ресоциализации — обучение новым ценностям, нормам и правилам поведения, формирование здорового образа жизнедеятельности.

Как отмечают Е. И. Попова, Н. В. Карпова, «прекращение потребления алкоголя и наркотиков является только началом сложного процесса реабилитации зависимых. Дальнейшее проведение реабилитационно-восстановительных мероприятий, направленных на сохранение ремиссии, является сложной задачей. Если процесс реабилитации лиц с употреблением ПАВ реализуется во многих государственных и негосударственных медицинских и реабилитационных центрах (РЦ), то процесс ресоциализации только начал входить в практику помощи зависимым людям» [4, с. 303].

Реабилитационный процесс условно можно разделить на три взаимосвязанных этапа.

1. Диагностико-мотивационный — адаптационный этап.

На данном адаптационном этапе реализуются следующие задачи:

- первичное консультирование;
- патопсихологическая диагностика;
- выявление реабилитационных потенциальных возможностей;
- формирования поведенческих паттернов, способствующих реабилитационному процессу;
- создание благоприятных условий для адаптации реабилитанта;

2. Коррекционный этап.

Задачами этого этапа являются:

- создание условий, необходимых для формирования навыков самоорганизации;
- формирование системы целеполагания, с целью определения позитивной жизненной перспективы;
- формирование навыков духовно-нравственной рефлексии поступков и принципов, ориентированных на веру, доверие и смирение;

3. Стабилизационный этап.

На данном этапе реабилитации реализуются следующие задачи:

- обучение приемам диагностики предвестников рецидивов и предотвращения срыва;
- совершенствование навыков и накопление знаний для дальнейшей жизни вне употребления ПАВ;
- обучение коммуникативным приемам и конфликтной компетентности;
- формирование системы ценностных и смысло-жизненных ориентаций.

Анализ литературы, посвященной проблемам профилактики ПАВ в России, позволил констатировать, что в ее основе заложены долгосрочные программы государственной политики, направленные на формирование у молодежи установок на здоровый образ жизни, негативного общественного мнения относительно злоупотреблений ПАВ. Данная позиция государственных и научных деятелей позволяет надеяться, на то, что вопросы профилактики употребления ПАВ станут общенациональным делом, как на правительственном уровне, так и найдут поддержку на уровне негосударственных организаций и движений.

Существующие в настоящее время профилактические мероприятия фактически соответствуют образовательной и медицинской моделям профилактики. Необходимо добавить, что до сих пор не создана система целенаправленной подготовки кадров для работы с детьми молодежью, имеющими проблемы с употреблением ПАВ.

Большинство педагогических работников образовательных учреждений, согласно точке зрения Г.Ф. Голубевой «признают свою неосведомленность в области предупреждения злоупотребления ПАВ детьми и молодежью. В образовательной среде наиболее адекватным направлением профилактики ПАВ является стратегия сдерживания. Именно поэтому стратегическим приоритетом следует рассматривать создание системы позитивной профилактики, которая ориентируется не на патологию, проблему и ее последствия, а на защищающий от возникновения проблем потенциал здоровья — освоение и раскрытие личностных ресурсов психики, поддержку молодежи и на помощь в реализации собственной траектории личностно-профессионального развития» [1, с. 180].

Воспитание психологически здоровой личности, способной решать актуальные жизненные задачи без употребления психоактивных веществ, является одной из приоритетных задач, реализуемой в системе общего и профессионального образования, социального обслуживания различных категорий населения и медицинской практики.

Как отмечает Р.К. Карнеев с соавторами, «целями психологической профилактики злоупотребления ПАВ в подростково-юношеской среде являются: изменение ценностного отношения детей и молодежи к ПАВ, формирование личной ответственности за свое поведение, обуславливающее снижение спроса на психоактивные вещества; сдерживание вовлечения детей и молодежи в прием наркотических средств посредством пропаганды здорового образа жизни, формирования антинаркотических установок» [2, с. 163].

Суть современной концепции первичного, раннего предупреждения употребления ПАВ среди детей и подростков заключается в том, что основное внимание должно быть уделено личности и трем основным сферам: семье, образовательному учреждению, микросоциуму.

Стратегия профилактики по мнению Э.В. Третьяк и его соавторов «предусматривает активные профилактические мероприятия, направленные на формирование личностных ресурсов, обеспечивающих развитие у детей и молодежи социально-нормативного жизненного стиля с доминированием ценностей здорового образа жизни, действенной установки на отказ от приема психоактивных веществ; на формирование ре-

сурсов семьи, помогающих воспитанию законопослушного, успешного и ответственного поведения. А также ресурсов семьи, обеспечивающих поддержку начавшему употреблять ПАВ, сдерживающих его разрыв с семьей и помогающих ему на стадии социально-медицинской реабилитации при прекращении приема ПАВ. Внедрение в образовательной среде инновационных педагогических и психологических технологий, обеспечивают развитие ценностей здорового образа жизни, а также технологий раннего обнаружения случаев употребления ПАВ обучающимися, на развитие социально поддерживающей инфраструктуры» [5, с. 12].

Следует отметить, что ориентированная на негативные аспекты злоупотребления ПАВ профилактика с преимущественным акцентированием внимания на отрицательных последствиях приема психоактивных веществ по мнению ряда авторов не обеспечивает достижение поставленных психопрофилактических и просветительских целей [2, 3].

Недостаточными следует признать профилактические акценты, сделанные практиками на проблемно-ориентированные специфические воздействия. Как отмечают Е.И. Попова, Н.В. Карпова, «проблема предупреждения злоупотребления ПАВ только на их основе не может быть решена, так как не устраняются причины, порождающие психическую и личностную дезадаптацию и побуждающие детей и молодежь вновь и вновь обращаться к ПАВ» [4, с. 303].

Лицам, которые уже испытывают на себе влияние проблемы, связанной с употреблением ПАВ, но пока еще не обнаруживают признаков болезни необходимо создавать условия по ограничению степени вреда.

Комплекс мероприятий профилактики должен быть направлен на полное прекращение дальнейшего приема и восстановление личностного и социального статуса обучающегося.

Важнейшими составными частями профилактики в образовательной среде являются: «создание системы раннего выявления потребителей ПАВ, обеспечение доступности комплексного обследования и оказание квалифицированной психологической, медицинской, педагогической и социальной помощи» [3, с. 165].

Проблема психопрофилактики употребления ПАВ в рамках образовательных учреждений носит комплексный характер и возможна только при скоординированности действий со стороны педагогов, психологов, социальных работников, родителей обучающихся и должны быть направлены на создание атмосферы непримиримости к употреблению ПАВ и формированию позитивных установок на здоровый образ жизни, активную жизненную позицию обучающихся.

При установлении диагноза «алкоголизм» или «наркомания», учащиеся нуждаются в специальном комплексном медико-психиатрическом обследовании, своевременном лечении и систематической реабилитации. Психолого-педагогическая реабилитация — это коррекция несформированных высших психических функций, эмоционально-волевых нарушений и поведенческих реакций [1].

Понятие «педагогическая реабилитация» тесно связано с понятием «ресоциализация», «адаптация» и «интеграция». Ресоциализация представляет из себя усвоение новых ценностей,

ролей, навыков вместо прежних, недостаточно усвоенных или устаревших.

Профилактика, лечение и реабилитация и ресоциализация — это взаимосвязанные процессы. В этом процессе необходима активная помощь воспитателей, педагогов, психологов, социальных педагогов. Эта работа должна рассматриваться в качестве одного из основных факторов решения проблем реабилитации.

Именно специалисты образовательных учреждений осуществляют общеобразовательное и профессиональное обучение, оказывают социально-психологическую и педагогическую помощь, формируют законопослушное поведение, без которых реадaptация и ресоциализация невозможны.

На основе диагностики, наблюдений психологов выстраиваются индивидуальные коррекционно-развивающие про-

граммы, позволяющие осуществлять профилактику аддиктивных форм поведения обучающихся и осуществлять коррекцию по преодолению возникающих проблем на пути формирования новых ценностных установок.

Анализ теоретических исследований, посвященных проблемам психологического сопровождения, профилактики употребления обучающимися психоактивных веществ, реализуемых в системе образовательных учреждений, позволяет сделать вывод о важности и актуальности данной проблемы. Можно констатировать, что успешность психопрофилактических мероприятий связана с комплексным подходом их реализации, как на уровне государственной политики, так и уровнях образовательных, социальных институтов, а также общественных организаций.

Литература:

1. Голубева, Г. Ф. Феномен психологического здоровья: концептуальные модели и практика оказания психологической помощи / Г. Ф. Голубева // Актуальные проблемы охраны здоровья человека в экологически неблагоприятных условиях: сборник материалов X Международной научно-практической конференции, Брянск, 12–14 октября 2016 года / Министерство образования и науки РФ; ФГБОУ ВО «Брянский государственный университет имени академика И. Г. Петровского». — Брянск: Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Брянский государственный университет имени академика И. Г. Петровского», 2016. — С. 179–186.
2. Карнеев, Р. К. Психологическое сопровождение восстановления психологического здоровья и эффективного социального поведения на этапе психологической реабилитации в центрах здоровой молодежи / Р. К. Карнеев, Г. Ф. Голубева, О. А. Карнеева, Е. М. Фещенко // Ежегодник НИИ фундаментальных и прикладных исследований. — 2015. — № 1–2(7). — С. 162–169.
3. Карнеев, Р. К. Психологическое сопровождение формирования здорового образа жизни на этапе социализации у лиц, проходящих реабилитацию в центрах здоровой молодежи / Р. К. Карнеев, Г. Ф. Голубева, О. А. Карнеева, Е. М. Фещенко // Ежегодник НИИ фундаментальных и прикладных исследований. — 2015. — № 1–1(6). — С. 164–172.
4. Попова, Е. И. Особенности психологического сопровождения наркозависимых в процессе немедикаментозной реабилитации / Е. И. Попова, Н. В. Карпова // АНИ: Педагогика и психология. — 2018. — № 1 (22) — С. 302–304.
5. Третьяк, Э. В. Программа социально-психологического сопровождения «Цель» (для лиц с аддиктивными расстройствами) / Э. В. Третьяк, И. В. Васенькин, А. Г. Козлов. — Чебоксары: «Среда», 2021. — 92 с.

Особенности работы педагога в дистанционном формате

Решетова Ирина Владимировна, студент магистратуры;
Илюхин Александр Геннадиевич, кандидат психологических наук, доцент
Тамбовский государственный университет имени Г. Р. Державина

Данная статья подробно исследует особенности выполнения профессиональных обязанностей педагогическими работниками в условиях реализации дистанционной формы обучения. В частности, в ней рассматриваются такие аспекты, как необходимость овладения навыками работы в цифровой среде, способность к самоорганизации и планированию собственной деятельности, поддержание постоянного взаимодействия с обучающимися на расстоянии, а также адаптация учебных материалов и методик преподавания к возможностям онлайн-обучения.

Ключевые слова: дистанционное обучение, педагогика, техническая грамотность, самоорганизация, взаимодействие с учениками, адаптация учебных материалов, социально-эмоциональная поддержка.

Глобальная пандемия новой коронавирусной инфекции, которая была впервые обнаружена в городе Ухань провинции Хубэй в Китае и получила наименование COVID-19 по классификации Всемирной организации здравоохранения, стала триггером для резкого роста популярности и широкомасштаб-

ного внедрения дистанционного образования по всему миру. Эта кардинальная трансформация традиционных подходов к преподаванию и обучению, инициированная необходимостью социальной дистанции для сдерживания распространения опасного вируса SARS-CoV-2, вынудила педагогическое

сообщество в корне пересмотреть методологию образовательного процесса с тем, чтобы полностью адаптировать его под цифровые форматы дистанционного взаимодействия посредством современных информационно-коммуникационных технологий и лишив учащихся возможности традиционных очных занятий.

Одной из наиболее значимых задач, стоящих перед преподавателями в новых условиях, является формирование у себя высокого уровня профессиональной цифровой компетентности, включающей в себя способность эффективно использовать широкий спектр цифровых инструментов и технологий для организации образовательного процесса в дистанционном формате. При этом речь идет не только об овладении популярными платформами видеоконференций типа Zoom, Google Meet и Microsoft Teams, но и о высокоспециализированных системах дистанционной оценки знаний, интерактивных онлайн-курсах, коллаборативных редакторах и других цифровых инструментах, позволяющих реализовать в полной мере все аспекты образовательного процесса в условиях удаленного обучения [2, С. 311].

Еще одним ключевым моментом, определяющим эффективность дистанционного образования, является способность педагога поддерживать постоянный обратный цифровой канал связи с каждым обучающимся индивидуально с целью своевременной оценки динамики усвоения им учебного материала, своевременного выявления проблем и затруднений, а также оперативной коррекции образовательного процесса. Это приобретает решающее значение в условиях полного отсутствия непосредственного очного контакта между педагогом и учеником, который ранее являлся важнейшим фактором обратной связи. Реализация данного аспекта предполагает от преподавателей значительных дополнительных усилий по индивидуальной работе со студентами в онлайн-режиме.

Крайне важной задачей является радикальная трансформация и инновационная адаптация традиционных учебных программ, курсов и методических подходов к особенностям цифрового формата обучения посредством использования всех технологических возможностей современной эпохи.

Преподавателям предстоит разработать и внедрить в образовательный процесс новое поколение интерактивных учебных материалов в формате multitouch-презентаций, гипермедиа-лекций и виртуальных лабораторий, насыщенных элементами искусственного интеллекта, нейросетей, виртуальной и дополненной реальности [4, С. 13–27].

Оценка результативности образовательного взаимодействия преподавателя с каждым из обучающихся в индивидуальном порядке представляет собой один из фундаментальных аспектов эффективной реализации дистанционной педагогической деятельности, тщательное выстраивание которого требует создания высокотехнологичной цифровой базы данных, включающей в себя инновационные формы тестирования, опросов и промежуточных проверок, а также их целенаправленную интеграцию в прогрессивные платформы дистанционного обучения, что, безусловно, обеспечит всестороннюю оценку динамики усвоения знаний каждым из обучающихся и своевременную коррекцию образовательного процесса с учетом специфики восприятия учебного материала.

Одним из приоритетных направлений профессиональной деятельности преподавателя в рамках дистанционного формата образования является комплексное содействие обучающимся в преодолении широкого спектра психологических барьеров, которые могут возникнуть в связи с переходом на инновационный формат, включая формирование уникальных навыков эффективной самоорганизации и планирования собственного рабочего времени, а также преодоление чувства изоляции и отчужденности от непосредственного образовательного процесса.

Немаловажным аспектом реализации дистанционного обучения является также комплексное обеспечение глубокой социально-психологической поддержки каждого обучающегося, подразумевающей проведение регулярных индивидуальных онлайн-консультаций с целью всестороннего выяснения любых вопросов или переживаний, связанных с освоением учебной дисциплины, а также консультирование по уникальным подходам к самостоятельной работе и личностному росту в ходе обучения на расстоянии. Такая комплексная поддержка обеспечивает формирование оптимальной психоэмоциональной среды [1, С. 141].

Дистанционное обучение как перспективный формат образования требует от преподавательского корпуса не просто глубоких познаний в своей узконаправленной дисциплине, но и постоянного стремления к поиску и внедрению инновационных дидактических подходов, основанных на последних достижениях педагогической науки. При этом необходимо учитывать специфику каждой отдельной учебной дисциплины, а также особенности разных возрастных групп обучающихся. Немаловажным является и то, что учебный материал должен быть представлен в доступной и увлекательной форме с учетом индивидуальных особенностей каждого студента. Таким образом, цель состоит в адаптации учебного материала к динамично меняющимся запросам обучающихся разных возрастных когорт с учетом особенностей их психофизиологического развития и индивидуальных предпочтений.

В то же время онлайн-обучение, несмотря на свои преимущества в доступности, сопряжено с некоторыми трудностями. Отсутствие непосредственного физического контакта между преподавателем и учеником затрудняет формирование эмоциональной и обратной связи, что нередко негативно сказывается на качестве усвоения учебного материала и мотивации обучающихся. Кроме того, возможные технические сбои, проблемы с интернет-соединением, нестабильная работа программного обеспечения могут привести к прерыванию учебного процесса на неопределенный срок и существенно снизить его эффективность [3, С. 17–19].

Преподавателям, работающим в условиях дистанционного формата, необходимо развивать умения эффективного планирования и структурирования собственной работы, оптимального распределения временных ресурсов, а также навыки мультитаскинга. Кроме того, им приходится сталкиваться со сложностями в оценке качества усвоения материала и мониторинге индивидуального прогресса обучающихся из-за отсутствия непосредственного лицевого контакта. Это требует разработки объективных и всеохватывающих методик оценивания дистанционных знаний и умений студентов.

Тем не менее, целесообразное внедрение цифровых технологий и современных интерактивных методик в учебный процесс при условии их грамотного использования и поддержки со стороны администрации вуза способно значительно повысить его

результативность и качество. Это позволит обогатить опыт как преподавательского состава, так и контингента обучающихся, предоставив им широкие возможности для совместного развития и приобретения востребованных на рынке труда компетенций.

Литература:

1. Андреев А. А. Педагогика высшей школы (Прикладная педагогика): Учебное пособие: В 2 кн. М.: МЭСИ, 2020. Кн. 1. — с. 141
2. Преподавание в сети интернет: Учеб. пособие/ отв. Редактор В. И. Солдаткин. — М.: Высшая школа, 2020. — с. 311
3. Зенкина С. В., Шаронова О. В. Формы, средства и технологии интерактивного учебного взаимодействия в условиях дистанционного обучения // Информатика и образование. 2022. № 4. С. 17–19.
4. Хуторской А. В., Хуторская Л. Н., Король А. Д. Вопрос как основа дистанционного диалога // Информатизация образования. — 2022. — № 3. — С. 13–27.

Нейрокогнитивный дефицит как фактор нарушения навыков социального взаимодействия у детей с РАС

Севрюкова Екатерина Сергеевна, студент;
Ковтун Юлия Юрьевна, кандидат психологических наук, доцент
Белгородский государственный национальный исследовательский университет

В данной статье исследуется влияние нейрокогнитивного дефицита на нарушения навыков социального взаимодействия. Авторы основываются на предположении о том, что чем выше степень дефицита когнитивных функций, тем более нарушены навыки социального взаимодействия.

Для проведения исследования авторы использовали следующие методы: теоретические (анализ, сравнение и обобщение психологической литературы по проблеме исследования), структурный метод (для изучения влияния нейрокогнитивного дефицита на нарушения навыков социального взаимодействия у детей с РАС), эмпирические (психодиагностические) методы, наблюдение (для повышения объективности получаемых данных), методы обработки данных (количественный и качественный анализ). Затем была проведена статистическая обработка полученных данных.

Результаты исследования показали, что испытуемые имеют средний и низкий уровни развития общения. Также дети с РАС характеризуются низким развитием восприятия, внимания, памяти и мышления.

В связи с этим была разработана программа нейропсихологической коррекции нейрокогнитивного дефицита. Эффективность данной программы была доказана статистически.

В заключение, данная статья подтверждает гипотезу о том, что наличие нейрокогнитивного дефицита может выступать фактором нарушения социального взаимодействия у детей с РАС. Чем выше степень дефицита когнитивных функций, тем более нарушены навыки социального взаимодействия.

Ключевые слова: *нейрокогнитивный дефицит, навыки социального взаимодействия, социальное взаимодействие, аутизм, расстройства аутистического спектра, РАС, дети с РАС, нейропсихологическая коррекция, восприятие, память, внимание, мышление.*

В современных исследованиях отечественных и зарубежных нейропсихологов большое внимание уделяется изучению детей с расстройствами аутистического спектра (РАС). Это объясняется, в первую очередь, ростом частоты встречаемости данного диагноза в детском возрасте (1 случай на 100 человек детского населения) [4].

В ситуации нейропсихологической диагностики детей с расстройствами аутистического спектра, без сомнения, в первую очередь отмечается нейрокогнитивный дефицит. В исследованиях, посвященных данному феномену, указывается на его прямую связь с нарушениями высших психических функций (ВПФ), в частности внимания, памяти, языка, социального взаимодействия и других когнитивных навыков. Кроме того,

дети с аутизмом могут иметь ограниченные навыки общения, ограниченные интересы и поведение, что может сказаться на их когнитивных функциях.

Термин «аутизм» (от греч. autos — сам) появился в психологии в первой половине XX века благодаря исследованиям швейцарского психиатра Эйгена Блейлера. Занимаясь изучением психических расстройств личности ученый понимал аутизм как особый вид мышления, которое «регулируется эмоциональными потребностями человека и не зависит от реальной действительности» [8; 10 с. 142].

Термин «расстройства аутистического спектра» (РАС, англ. ASD — autism spectrum disorders) входит в группу состояний, которые связаны с нарушениями развития нервной системы чело-

века. Отличительными признаками РАС являются нарушения в социальном взаимодействии, навыков коммуникации (вербальной и невербальной) и стереотипиями в поведении и интересах.

Нейрокогнитивный дефицит — это состояние, при котором возникают проблемы с когнитивной функцией из-за нейрологических изменений или повреждений в мозге. Когнитивные функции включают в себя память, внимание, решение проблем, язык, мышление и понимание. Такие отечественные исследователи, как Н. М. Пылаева, Т. В. Ахутина, Е. Д. Хомская, связывают нейрокогнитивный дефицит с дефицитом функций I блока мозга. Данные функции получили название нейродинамических. Этот блок мозга ответственен за активацию ВПФ, эмоциональную регуляцию и общий тонус ЦНС. I блок мозга формируется самым первым — начиная с внутриутробного периода и до 2–3 лет [7].

В отечественной психологии социальное взаимодействие изучается как процесс взаимодействия людей в социальной среде, их отношений, ролей и влияния на поведение индивидов. Российские психологи активно исследуют различные аспекты социального взаимодействия, такие как социальная коммуникация, межличностные отношения, конфликты и сотрудничество.

Одной из ключевых концепций в отечественной психологии социального взаимодействия является теория социального взаимодействия Л. С. Выготского. Он выделял понятие «зоны ближайшего развития», которое описывает уровень развития индивида под влиянием других людей. Выготский также описывал роль общения и социальной среды в процессе формирования психики [5].

Аутичные дети не способны к произвольному копированию, они не повторяют многое за взрослыми и обучаются общественной жизни с большим напряжением. И их приходится учить самым простым вещам пошагово: закрывать двери, надевать одежду, обуваться, есть не руками, а с помощью столовых приборов. У детей с тяжелыми формами аутизма часто несформированность социальных представлений и навыков сочетается с отсутствием мотивации.

Дети с расстройствами аутистического спектра (РАС) могут иметь различные нарушения навыков социального взаимодействия, такие как: ограничения навыков общения; трудности в восприятии невербальных сигналов; ограниченная эмпатия; трудности в адаптации к социальным ситуациям.

Изучив научную литературу по теме исследования, мы провели эмпирическое исследование. Гипотезой выступило предположение о том, что наличие нейрокогнитивного дефицита может выступать фактором нарушения социального взаимодействия у детей с РАС; чем выше степень дефицита когнитивных функций, тем более нарушены навыки социального взаимодействия.

Были использованы следующие методики: «Схема наблюдения уровня навыков общения у ребёнка» (М. Я. Басов); «Диагностика развития общения со сверстниками» (И. А. Орлова, В. М. Холмогорова); «Каков ребенок во взаимоотношениях с окружающими людьми?» (Р. С. Немов); Наблюдение в свободной деятельности (А. И. Анжарова); Методика запоминания 10 слов (А. Р. Лурия); Корректирующая проба Бурдона; «Зашумленные изображения» (А. Р. Лурия); «Четвертый лишний»; Тест на понимание сюжетных картинок (Ж. М. Глюзман).

Для исследования связи нейрокогнитивных компонентов и навыков социального взаимодействия был использован корреляционный анализ. По итогу анализа была составлена корреляционная плеяда (рисунок 1).

На основании результатов проведенного исследования была разработана программа нейропсихологической коррекции, направленная на нейрокогнитивное развитие детей с РАС и, как следствие, развитие навыков социального взаимодействия.

В рамках программы нейропсихологической коррекции занятия с детьми с РАС проводились в период со 2 октября 2023 г. по 24 ноября 2023 г. Срок реализации программы — 8 недель, в этот срок не входит диагностика до и после экспериментального воздействия. Занятия проводились 2 раза в неделю по 30–40 минут индивидуально (см прил 4).

Программа включает упражнения различной направленности: дыхательные упражнения (улучшение ритмирования организма, развитие самоконтроля); глазодвигательные упражнения (расширение поля зрения, улучшение восприятия); растяжки (оптимизация тонуса); пальчиковые нейроигры и нейропсихологические игры и упражнения (развитие межполушарного взаимодействия, развитие внимания, мышления, памяти, произвольности и самоконтроля).

После реализации программы была проведена повторная диагностика.

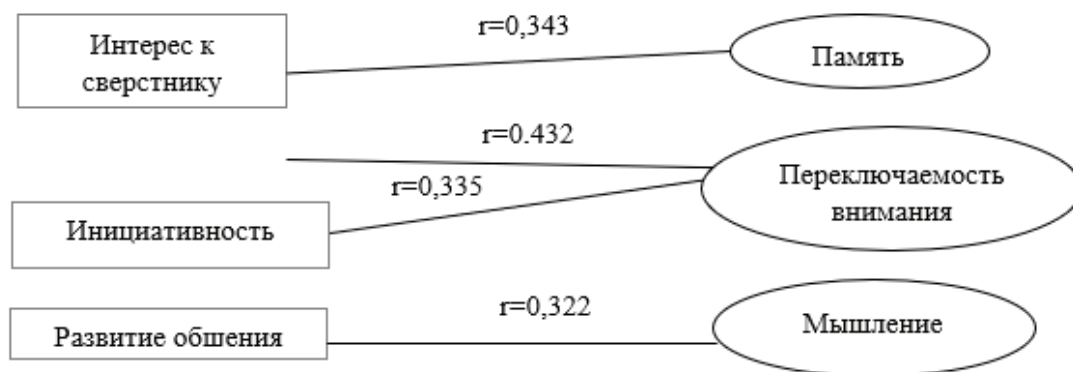


Рис. 1. Корреляционная плеяда связи нейрокогнитивного дефицита и навыков социального взаимодействия у детей с РАС

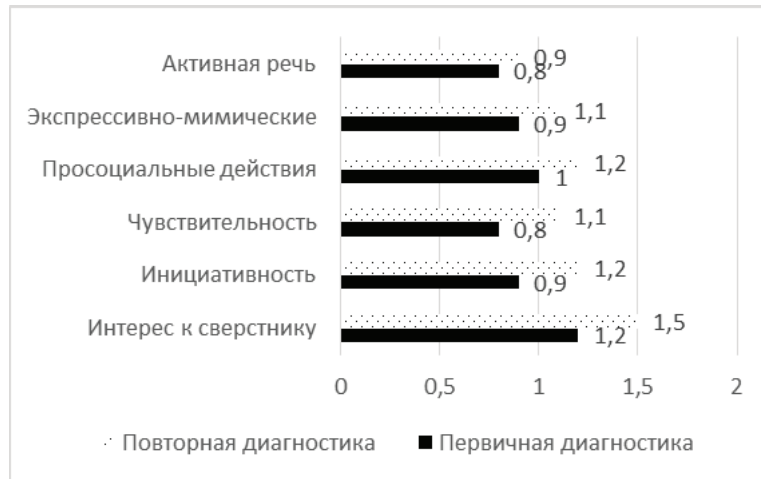


Рис. 2. Распределение респондентов по развитию общения со сверстниками в результате повторной диагностики (в ср.б.)

Таблица 1. Выраженность показателей нейрокогнитивного дефицита и навыков социального взаимодействия у детей с РАС до и после нейропсихологической коррекции

| | Исследуемые показатели | Диагностика | | Тэмп |
|---|--------------------------|-------------|------|----------|
| | | М1 | М2 | |
| Общение со сверстниками | | | | |
| 1 | Интерес к сверстнику | 1,2 | 1,3 | 0,025 * |
| 2 | Инициативность | 0,9 | 1,2 | 0,020 * |
| 3 | Чувствительность | 0,8 | 1,1 | 0,011 ** |
| 4 | Просоциальные действия | 1,1 | 1,3 | 0,014 * |
| 5 | Экспрессивно-мимические | 0,9 | 1,0 | 0,025 * |
| 6 | Активная речь | 0,8 | 1,0 | 0,014 * |
| Взаимоотношения с другими людьми | | | | |
| 1 | Общение с другими людьми | 3,8 | 4,2 | 0,043 * |
| Познавательные процессы | | | | |
| 1 | Память | 1,7 | 2,0 | 0,008 ** |
| 2 | Устойчивость внимания | 7,5 | 7,9 | 0,007 ** |
| 3 | Переключаемость внимания | 72,7 | 77,1 | 0,011 ** |
| 4 | Восприятие | 1,6 | 2,2 | 0,006 ** |
| 5 | Мышление | 11,5 | 14,3 | 0,042 * |
| 6 | Интеллект | 1,9 | 2,2 | 0,015 * |

Примечание: *- $p \leq 0,05$; **- $p \leq 0,01$;

Из данной таблицы следует, что были обнаружены статистически значимые различия на достоверном уровне статистической значимости ($p \leq 0,05$), так показатели «интерес к сверстнику», «инициативность», «просоциальные действия», «экспрессивно-мимические», «активная речь», «общение с другими людьми», «мышление» и «интеллект» возросли у детей после нейропсихологической коррекции. Также были обнаружены статистически значимые различия на высоком уровне статистической значимости ($p \leq 0,01$), так по-

казатели «чувствительность», «память», «устойчивость внимания», «переключаемость внимания» и «восприятие» у детей с РАС значительно повысились после нейропсихологической коррекции.

Практическая значимость исследования заключается в возможности использования его результатов в процессе консультативной и коррекционной деятельности клинического психолога с детьми с РАС с нейрокогнитивным дефицитом и нарушениями навыков социального взаимодействия.

Литература:

1. Айрес Э. Дж. Ребенок и сенсорная интеграция. Понимание скрытых проблем развития. — Москва: Теревинф, 2013. — 268 с.
2. Алферов А. Д. Психология развития школьника. / А. Д. Алферов. — Ростов н/Д.: Феникс, 2001. — 384 с.

3. Беккер К. П. Ребёнок, нуждающийся в специальном обучении [Текст] / К. П. Беккер, Х. Гебельт // Дефектология. — Москва: 1992. — № 5. — С. 31–35.
4. Всемирная организация здравоохранения. Шестидесят седьмая сессия Всемирной ассамблеи здравоохранения. А67/17. — Пункт 13.4 предварительной повестки дня 21 марта 2014 г. Комплексные и согласованные усилия по ведению расстройств аутистического спектра.
5. Выготский Л. с. «Психология развития ребенка». — Москва: Смысл; Эксмо, 2005. — 512 с.
6. Дружинин В. Н. Экспериментальная психология: Учебник для вузов / В. Н. Дружинин. — Санкт-Петербург: Питер, 2012. — 320 с.
7. Пылаева Н. М. Нейропсихологическая поддержка классов коррекционно-развивающего обучения // I Международная конференция памяти А. Р. Лурия. Сборник докладов / Под ред. Е. Д. Хомской, Т. В. Ахутиной. — Москва: РПО, 1998. — С. 238–243.
8. Энциклопедический словарь в шести томах / ред.-сост. Л. А. Карпенко; под общ. ред. А. В. Петровского. — Москва: ПЕР СЭ, 2005. — С. 66–67.
9. Cognitive Neuroscience — материалы международного форума. Екатеринбург, 6–7 ноября 2019 г. / [отв. ред. А. А. Печеркина, С. В. Попов]; Уральский федеральный университет. — Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2020. — 268 с.
10. Аутизм: Словарь психиатрических терминов [Электронный ресурс]. URL: <http://enc-dic.com/word/a/Autizm-3261.html> (дата обращения: 30.11.2017).

Влияние детско-родительских отношений на тревожность детей старшего дошкольного возраста

Смикалова Наталия Алексеевна, студент магистратуры

Научный руководитель: Клопотова Екатерина Евгеньевна, кандидат психологических наук, доцент
Московский государственный психолого-педагогический университет

На сегодняшний день тревожность детей в дошкольном возрасте стала довольно распространённой проблемой. В этом возрасте эмоционально-личностное развитие тесно связано с семьей. Совершенно очевидно, что ни один родитель не стремится к тому, чтобы его ребенок стал тревожным. Однако порой действия взрослых способствуют развитию этого качества у детей. Автором рассматривается взаимосвязь между тревожностью детей старшего дошкольного возраста и типом семейного воспитания.

Ключевые слова: тревожность, детско-родительские отношения, тип семейного воспитания, воспитание детей, дошкольный возраст, детская психология.

The influence of child-parent relationships on anxiety of older preschool age children

Today, anxiety in preschool children has become a fairly common problem. At this age, emotional and personal development is closely connected with the family. It is quite obvious that no parent wants their child to become anxious. However, sometimes the actions of adults contribute to the development of this quality in children. The author examines the relationship between the anxiety of older preschool children and the type of family education.

Keywords: anxiety, child-parent relations, type of family education, parenting, preschool age, child psychology.

Проблема тревожности у исследователей вызывает достаточно большой интерес, а поэтому ей посвящено множество научных трудов. Примечательно, что тревожность изучают не только психиатры и психологи, но также биохимики, физиологи, философы и социологи. Так, А. М. Прихожан отмечает, что количество публикаций и исследований о тревожности ежегодно увеличивается в геометрической прогрессии [4]. Многие исследователи большое внимание уделяют анализу тревожности, которая представляет собой универсальную форму эмоционального предвосхищения неуспеха, участвующую в механизме саморегуляции. С одной стороны, такое состояние помогает мобилизовать возможности человеческой психики,

стимулирует поисковую активность, но только в пределах оптимальных значений. Когда же предел достигнут, такое состояние на жизнедеятельности, в целом, и поведении, в частности, отражается негативно. Особенно заметно это у детей, так как дети более эмоциональны, восприимчивы.

Разные авторы трактуют понятие тревожности по-разному, сходясь в одном: тревожность — это состояние, при котором человек испытывает страх и тревогу. Например, по мнению Р. С. Немова «тревожность — постоянно или ситуативно проявляемое свойство человека приходиться в состоянии беспокойства испытывать страх и тревогу в специфически социальных ситуациях» [2]; а по определению А. В. Петровского: «тревож-

ность — склонность индивида к переживанию тревоги, характеризующаяся низким порогом возникновения реакции тревоги; один из основных параметров индивидуальных различий» [5].

В группе риска повышенного уровня тревожности — дети, которые растут и воспитываются в неблагополучной обстановке: плохие бытовые условия, родители, страдающие психоэмоциональными расстройствами либо зависимостями (алкоголизм, наркомания) [3].

Однако факторы тревоги достаточно разные — от внутренних, биологических, например, наследственных аспектов до внешних факторов, которые происходят в определенное время. Но, на наш взгляд, каждый фактор может стать следствием неблагоприятных детско-родительских отношений. Наиболее распространенные причины возникновения тревожности следующие [1]:

1. Особенности воспитания. Воспитательный процесс в жизни каждого человека играет основополагающую роль, в том числе, и в психическом развитии. По данным исследований, повышенная тревожность возникает у людей, родители которых склонны к неврозам и депрессии, являются эмоционально нестабильными людьми, вследствие чего выбирают соответствующую тактику поведения с ребёнком: чрезмерная забота, либо, наоборот, уход в себя и игнорирование ребёнка. Ребёнок при этом начинает испытывать либо чувство уязвимости и неполноценности (при гиперопеке), либо одиночество и несостоятельность (при гипоопеке).

2. Негативный эмоциональный опыт. Беспричинное, казалось бы, чувство тревоги может являться следствием сильного эмоционального переживания отрицательного характера. Вследствие этого человек усиленно себя контролирует, а если

ситуация или эмоции выходят из-под контроля, тревожность ещё более увеличивается.

3. Посттравматический стресс. Эта причина, можно сказать, основной из внешних факторов развития тревоги. Данный фактор составляет целый комплекс эмоций и переживаний, возникающий вследствие какого-либо определенного события или ситуации. Стресс вызывает у человека чувство беспокойства, не поддающееся контролю.

4. Внутриличностные причины беспокойства. Одна из основных причин — заниженная самооценка, которая также может возникать вследствие воспитания. У человека постоянно происходит внутренний конфликт, в связи с чем чувство спокойствия и удовлетворения достигнуть невозможно. Как правило, для человека трудно воспринимаются новые ситуации и обстоятельства, коллективы, обстановка. Большую часть времени человек задумывается о своем прошлом, либо о будущем, уделяя мало времени происходящему в данный момент.

Как видно из представленной выше классификации, практически каждый фактор может являться следствием воспитания. И травмы (при жестоком обращении), и негативный эмоциональный опыт (при эмоциональном отвержении), и заниженная самооценка (при повышенной моральной ответственности).

Таким образом, можно сказать, что детско-родительские отношения являются одним из главных факторов возникновения тревожности у детей. Причем, без своевременной коррекции, как отношений, так и психологического состояния ребёнка, тревожность может стать постоянным спутником человека на протяжении всей жизни.

Литература:

1. Акбаева Д. Д. Психологические особенности эмоционального благополучия ребенка в семье / Д. Д. Акбаева // Проблемы современного педагогического образования. — 2017. — № 55–3. — С. 299–306.
2. Немов Р. С. Психология: Учебник для студентов высш. пед. учеб. Заведений: В 3 кн.: Книга 3: Экспериментальная педагогическая психология и психодиагностика. — М., 1995.
3. Нехорошкова А. Н., Грибанов А. В. Тревожность у детей: причины и особенности проявления // Современные проблемы науки и образования. — 2014. — № 5. URL: <https://science-education.ru/ru/article/view?id=14720>
4. Прихожан А. М. Тревожность у детей и подростков: психологическая природа и возрастная динамика. — М.: Московский психолого-социальный институт; Воронеж: Издательство НПО «МОДЭК», 2000. — 304 с
5. Петровский, А. В. Личность. Деятельность. Коллектив / Петровский А. В. — М., 2003–266 с.

Семейные ценности как основа формирования личности

Тихонова Оксана Петровна, студент магистратуры
Удмуртский государственный университет (г. Ижевск)

В психологии большое значение придается изучению формирующих ценностных ориентаций подростка. В современном мире «размыты» ценностные ориентации молодежи, в частности в системе семейных ценностей, отношений. Каждый подросток, юноша, девушка — на пороге взрослой

жизни. Тенденция, которую можно наблюдать в современном мире в отношении ценности семьи, заставляет нас задуматься о том, нужна ли семья в принципе человеку?

В начале XXI века осуществленная модернизация стандартов образования привела к тому, что нарастание объема

получаемой школьниками интеллектуальной и развивающей информации привело к уничтожению нравственного и этического компонентов образования.

В декабре 2017 года детский обдусмен Анна Кузнецова предложила преподавать школьный курс «Семьеведение». [1, с. 2]

С 2022 г. в нашей школе началась реализация факультативного курса «Семьеведение» («Основы семейной жизни»). Прежде чем начать данный курс, было проведено исследование.

Исследование проводилось в двух группах десятиклассников. Выборка составила 42 респондента — десятиклассники из разных школ района, 21 человек составили экспериментальную группу, 21 — контрольную.

Для проведения исследования была использована методика «Ценностные ориентации» Милтона Рокича.

В списке 18 ценностей, предложенных автором, мы посчитали нужным проанализировать четыре (счастливая семейная жизнь, любовь, общественное признание, счастье других), так как предположили, что данные ценности напрямую связаны друг с другом. Любовь — основополагающее чувство в семье. Если родители признаны в обществе, то, очевидно, что это будет иметь отражение на взаимодействии в семье. Семья состоит из нескольких членов семьи, поэтому брать во внимание счастье других членов семьи — неотъемлемая составляющая благополучия семьи.

Для изучения различий представления о семейной жизни среди двух групп старшеклассников нами был проведен констатирующий срез, на первом этапе которого проведена входная диагностика представлений учащихся экспериментальной и контрольной групп о семейной жизни.

Несмотря на то, что в экспериментальной группе ценность семьи на 2 месте, а в контрольной — на третьем, данные показатели дают основание полагать, что изначально у десятиклассников экспериментальной группы ценность семьи в меньшем приоритете, нежели у учащихся в контрольной группы.

По результатам исследования выявленное незначительное различие представлений десятиклассников в экспериментальной и контрольных группах о ранге семейной жизни обусловлено тем, что в подростковом возрасте очевидна концентрация подростка на собственном Я. Опыт представления о том, что такое семья учащиеся несут из собственной семьи. А если при этом в собственной семье они видят негативный опыт, это имеет прямое отражение на месте семьи в приоритете смысловых ценностей личности. У подростков нет того жизненного опыта, который давал бы им основание считать семью главной ценностью в системе человеческих ценностей.

Исследование также показало, что в приоритете у десятиклассников экспериментальной группы до реализации программы ценность любви. Семейную жизнь они разместили на 2 место, далее — общественное признание и в конце — счастье других. У респондентов контрольной группы четыре ценности разместились в следующем порядке: общественное признание, любовь, семейная жизнь, счастье других. В обеих группах счастье других на последнем месте, что обусловлено тем, что по природе все люди эгоисты. В подростковом возрасте, в период поиска смыслов, данный факт лишней раз «оголяет» систему ценностных ориентиров современного подростка. Семья со-

стоит не из одного человека. Счастье всех членов семьи взаимосвязано. Каждый член семьи должен думать не только о собственном благополучии, но и о благополучии всех членов семьи. В этом и заключается ценность семьи, в умении приспособляться друг под друга, конструктивно выходить из конфликтов.

Если обратить внимание на средние значения показателей, то можно сформулировать следующий вывод. М. Рокич иерархию ценностей делит на 3 группы — значимые, предпочитаемые; безразличные, индифферентные; незначимые, отвергаемые. Исходя из этого все четыре ценности, интересующие нас, у подростков в иерархии ценностей на безразличном месте.

Из списка предложенных Рокичем ценностей десятиклассники экспериментальной и контрольной групп при входном тестировании «выделенные» нами ценности ранжируют следующим образом. На первое место учащиеся первой группы ставят любовь, что объясняется тем, что в данном возрасте чувство любви становится актуальным. Респонденты второй группы в приоритет выдвигают общественное признание, как необходимое условие для достижения собственного благополучия, иметь признание в обществе важно для них.

После реализации программы факультативного курса «Семьеведение» («Основы семейной жизни») была проведен контрольный срез расстановки показателей четырех значимых для нас ценностей. Проведенное итоговое тестирование дает основание полагать следующее.

Ценность «счастливая семейная жизнь» у десятиклассников экспериментальной группы выявила положительную динамику. Данная ценность «поднялась» со второго места на первое, что является положительным фактом при ранжировании ценностей. Семейная жизнь заняла место значимых, предпочитаемых ценностей. Исходя из данных результатов становится очевидным, что программа, реализуемая со старшеклассниками, способствовала формированию у подростков приоритета ценности семьи, важности семьи в жизни человека, значимости семьи в иерархии ценностей.

Ценность любви у учащихся экспериментальной группы на втором месте, что дает основание полагать, что у старшеклассников сформировалось понимание того, что на любви строится семья. Общественное признание — на третьем и счастье других — на четвертом местах, как при констатирующем срезе. Радует то, что данные смыслы сохранили свое место в рейтинге ценностей старшеклассников экспериментальной группы. Средние значения показателей изменились не значительно.

При контрольном срезе у учащихся 10 класса контрольной группы выявлены следующие результаты.

Счастливая семейная жизнь с третьего места «спустилась» на четвертое, что говорит об отрицательной динамике. Как и при констатирующем срезе общественное признание и любовь на первых двух местах. Счастье других на третьем месте. Средние значения показателей изменились не значительно.

При этом очевидную связь между средними значениями показателей в срезе заявленных ценностей на входной и итоговой диагностиках в обеих группах выявить сложно, она многофакторна. Но при этом ценность семейной жизни занимает, согласно тестированию, и не смотря на положительную динамику у экспериментальной группы, в жизни подростков не суще-

ственное место (группу индифферентных, безразличных ценностей).

Это можно объяснить тем, что в современном обществе культивируется предпочтение материальным потребностям, деловым связям, индивидуальным интересам. Акцентируются в обществе здоровый образ жизни, свобода, карьера, яркая интересная жизнь с друзьями, материальный достаток, работа для удовлетворения собственных потребностей. Семья в этом перечне, как правило отсутствует, процветает культ потребления. СМИ и Интернет пространство «пестрят» контентом в духе «чайлдфри», эмансипации и рекламы нетрадиционных сексуальных ориентаций.

Как известно из курса психологии развития, подростковый возраст — это граница между детством и взрослой жизнью, ко-

торую ребенок должен преодолеть не один, а при участии родителей и общества. Но главная проблема, возникающая на этой границе, заключается в том, как правильно помочь подростку пройти через это и усвоить правила, нормы и ценности; какие идеалы необходимо представить современному подростку, чтобы воспитать его как достойного члена общества.

Психологическое просвещение должно осуществляться не только в форме консультативной помощи, но и в проведении тренинговых программ, направленных на формирование социально обоснованного и гендерно оправданного представления старшеклассников о будущей семье. Это позволит заложить достойное и гармоничное воспитание новых поколений членов нашего общества. [2, с. 3]

Литература:

1. Карцева Л. В. Семейное воспитание: Учебно-методическое пособие. Авторы А. Н. Яныкина, Н. В. Богачёва, О. Н. Низамиева, Л. Ш. Газизова; М-во образ. и науки РФ; Казан. Гос. ун-т культуры и искусств. — Казань: КГУКИ, 2013. — 166 с.
2. Тимерьянова Л. Н. Методические рекомендации по проведению курса «Семейное воспитание» для обучающихся 8 классов. Государственное автономное учреждение дополнительного профессионального образования Институт развития образования Республики Башкортостан

Коррекция гиперактивности младших школьников в условиях семьи

Юрченко Илья Сергеевич, студент магистратуры

Научный руководитель: Домырева Елена Александровна, кандидат психологических наук, доцент
Курский государственный университет

В статье рассматривается проблема коррекции гиперактивности у детей младшего школьного возраста в контексте семейной среды. Анализируются психологические и педагогические стратегии, направленные на эффективное воздействие на гиперактивное поведение детей в условиях семьи.

Ключевые слова: гиперактивность, младший школьный возраст, коррекция гиперактивности, семейное взаимодействие.

Синдром дефицита внимания и гиперактивности (СДВГ) — одно из самых распространенных психоневрологических расстройств и часто наблюдаемая форма нарушений поведения в детском возрасте. Гиперактивных детей характеризует недостаточность активного внимания, сочетающаяся с импульсивностью, слабым контролем побуждений и психомоторной расторможенностью. Без своевременного выявления и коррекции данного нарушения могут появиться вторичные невротические и поведенческие реакции, которые затрудняют школьную и социальную адаптацию ребёнка, нарушают процесс формирования его характера и личности в целом.

Проблемой исследования гиперактивности детей младшего школьного возраста занимались И. П. Брызгунов, Н. Ф. Добрынин, О. Ю. Ермолаев, В. Р. Кучма, Е. К. Лютова, Г. Б. Моница, Т. Н. Осипенко, О. В. Халецкая и другие [1]. Современные направления развивающей и коррекционной работы с младшими школьниками рассматриваются Т. В. Ахутиной, Я. Л. Обуховым, Н. М. Пылаевой, Н. Я. Семаго, А. Л. Сиротюк [6]. Однако часто в психолого-педагогической практике, если речь идет о коррекции гиперактивного поведения, акцент делается на индивидуальной работе с ребенком,

а коллективом сверстников, в который он включен, даются рекомендации воспитателям и учителям по взаимодействию с детьми, а работа с семейным окружением ребенка осуществляется по мере возможности, по остаточному принципу.

Психолого-педагогическая коррекция представляет собой систему мероприятий, направленных на изменение и улучшение психического, эмоционального и поведенческого состояния человека, особенно в контексте его обучения и развития. Этот подход объединяет психологические и педагогические методы для того, чтобы помочь ребенку преодолеть трудности, связанные с обучением, адаптацией, социализацией или поведенческими проблемами [3].

Традиционно за основу коррекционной работы с гиперактивными детьми младшего школьного возраста берется поведенческое направление, в котором основное внимание уделяется поэтапной тренировке дефицитных функций, развитию саморегуляции и самоконтроля, навыков управления поведением, эмоциями и мыслями, снижению эмоционального напряжения в ходе индивидуальных занятий с детьми. Индивидуализированный подход к обучению, адаптация учебных

материалов, использование интерактивных методов обучения, создание специальных программ для развития социальных навыков, без сомнения, способствуют успешному взаимодействию с гиперактивными детьми и положительным результатам в работе с ними [2]. Однако этого недостаточно.

Определение сильных сторон личности ребенка с тем, чтобы опираться на эти стороны, формирование у детей моральных представлений, поддержка, утешение, разделение эмоций — важная часть семейного воспитания, в которой главная роль отводится родителям. Сотрудничество с родителями гиперактивного ребенка в рамках коррекционной работы, вовлечение и мотивирование семьи в помощь ребенку, поощрение его достижений, обучение родителей методам эффективного взаимодействия, построению структурированных режимов дня и применению техник позитивного укрепления является важной частью коррекционной работы, которую нельзя исключать.

Р. Кэмпбелл считает, что родители гиперактивного ребенка часто допускают следующие ошибки в воспитании и организации помощи детям: недостаток эмоционального внимания подменяют медицинским уходом; размывают границы, не могут выстроить надежную систему контроля за поведением ребенка; полностью передают ответственность ребенку; лишают отдыха, прогулок, общения в пользу учебы; не взаимодействуют с учителями, воспитателями, тренерами [5, с. 31].

Одним из ключевых элементов коррекции является психологическая поддержка ребенка. Родители младших школьников сталкиваются с вызовами, связанными с обучением ребенка. Психологические тренинги, проводимые для семей, направлены на повышение понимания особенностей психологического развития детей и научение эффективным стратегиям взаимодействия. Сотрудничество педагогов с семьей является фундаментальным элементом коррекционной работы. Индивидуализированный подход к ученикам, учет особенностей их развития, а также активное включение родителей в образовательный процесс содействуют эффективной коррекции поведения и учебных успехов детей.

В работе с гиперактивными детьми требуется системный подход к коррекции психического развития ребенка. Есть ряд неукоснительных правил, на которые опирается коррекционная работа с гиперактивными детьми:

— важна четкая повторяющаяся структура занятий. Каждое занятие желательно начинать с растяжек и дыхательных упражнений для нормализации мышечного тонуса и настроения на занятие; заканчивать занятие нужно упражнением, направленным на релаксацию.

— ведется работа по формированию адекватной самооценки. Психолог одновременно поддерживает ребенка и вводит систему поощрений и наказаний, обучая его дифференцированной оценке собственных действий.

— во время развития навыков программирования и контроля действий специалист выбирает часто повторяющуюся негативную ситуацию из повседневной жизни ребенка, вместе с ним ищет ошибки и разрабатывает новый алгоритм действий, затем проигрывая его вместе с ребенком.

По итогам занятий родителям даются рекомендации, которые связаны с изменением поведения самого взрослого, его отношения к своему ребенку, а также с изменением психологического микроклимата в семье [4].

Однако коррекция гиперактивности с привлечением семьи направлена не только на учебные аспекты, но и на развитие социальных навыков ребенка. В этом случае важны семейные занятия и проекты, способствующие формированию умений взаимодействия с окружающим миром. Создание семейной поддержки — критически важный аспект коррекции. Родители должны быть внимательными к своим детям, уметь выслушивать их, уметь выдерживать чрезмерную активность ребенка без ссор и упреков в его адрес. Для этого часто им самим требуется поддержка, разделение и участие. И в рамках семейных занятий у психолога есть возможность быть рядом, обсуждать трудности, возникающие в воспитании гиперактивного ребенка, давать возможность проживать сложные чувства родителей в разделяющем пространстве. Такой формат взаимодействия повышает успешность коррекционной работы с ребенком, т.к. создается безопасная для него, принимающая, поддерживающая среда, в которой достаточно легко разрешаются, в первую очередь, социальные проблемы гиперактивных детей. Только комплексное взаимодействие психолога, педагогов и семьи гиперактивного ребенка позволяет достичь высоких результатов в коррекции гиперактивного поведения детей младшего школьного возраста.

Литература:

1. Брызгунов И. П., Касатикова Е. В. Дефицит внимания с гиперактивностью у детей. — М: Медпрактика, 2020.
2. Гиперактивные дети: психолого-педагогическая помощь / Г. Б. Мони́на, Е. К. Лютова-Робертс, Л. С. Чутко. — СПб.: Речь, 2019.
3. Дубровина И. В. Психокоррекционная и развивающая работа с детьми: учебное пособие. — М.: Академия, 2015.
4. Изотова Е. И., Никифорова Е. В. Эмоциональная сфера ребенка: теория и практика: учеб. пособие. — М.: Академия, 2010.
5. Лютова Е. К., Мони́на Г. Б. Тренинг эффективного взаимодействия с детьми. Комплексная программа. — СПб: Речь, 2016.
6. Сиротюк А. Л. Синдром дефицита внимания с гиперактивностью. Диагностика, коррекция и практические рекомендации родителям и педагогам. — М.: ТЦ Сфера, 2002.

Молодой ученый

Международный научный журнал
№ 5 (504) / 2024

Выпускающий редактор Г. А. Кайнова
Ответственные редакторы Е. И. Осянина, О. А. Шульга, З. А. Огурцова
Художник Е. А. Шишков
Подготовка оригинал-макета П. Я. Бурьянов, М. В. Голубцов, О. В. Майер

За достоверность сведений, изложенных в статьях, ответственность несут авторы.
Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов материалов.
При перепечатке ссылка на журнал обязательна.
Материалы публикуются в авторской редакции.

Журнал размещается и индексируется на портале eLIBRARY.RU, на момент выхода номера в свет журнал не входит в РИНЦ.

Свидетельство о регистрации СМИ ПИ № ФС77-38059 от 11 ноября 2009 г., выдано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор).

ISSN-L 2072-0297

ISSN 2077-8295 (Online)

Учредитель и издатель: ООО «Издательство Молодой ученый». 420029, г. Казань, ул. Академика Кирпичникова, д. 25.

Номер подписан в печать 14.02.2024. Дата выхода в свет: 21.02.2024.

Формат 60×90/8. Тираж 500 экз. Цена свободная.

Почтовый адрес редакции: 420140, г. Казань, ул. Юлиуса Фучика, д. 94А, а/я 121.

Фактический адрес редакции: 420029, г. Казань, ул. Академика Кирпичникова, д. 25.

E-mail: info@moluch.ru; <https://moluch.ru/>

Отпечатано в типографии издательства «Молодой ученый», г. Казань, ул. Академика Кирпичникова, д. 25.