

# ОПУБЛИКОВАТЬ СТАТЬЮ

в изданиях НИЦ "Социосфера"



[ПОДРОБНЕЕ](#)

## СОЦИОСФЕРА

- *Российский научный журнал*
- *ISSN 2078-7081*
- *РИНЦ*
- *Публикуются статьи по социально-гуманитарным наукам*

## PARADIGMATA POZNÁNÍ

- *Чешский научный журнал*
- *ISSN 2336-2642*
- *Публикуются статьи по социально-гуманитарным, техническим и естественно-научным дисциплинам*

[ПОДРОБНЕЕ](#)



## СБОРНИКИ КОНФЕРЕНЦИЙ

- *Широкий спектр тем международных конференций*
- *Издание сборника в Праге*
- *Публикуются материалы по информатике, истории, культурологии, медицине, педагогике, политологии, праву, психологии, религиоведению, социологии, технике, филологии, философии, экологии, экономике*



[ПОДРОБНЕЕ](#)

ISSN 2078-7081

Научно-методический  
и теоретический журнал

**СОЦИОСФЕРА**

**№ 3 2022**

**УЧРЕДИТЕЛИ**  
**ООО Научно-издательский центр «Социосфера»**  
**Самарский государственный социально-педагогический университет**

**Главный редактор – Борис Анатольевич Дорошин**  
кандидат исторических наук, доцент

**Международная редакционная коллегия**

**А. С. Берберян**, доктор психологических наук, профессор (Ереван, Армения)  
**В. Н. Гончаров**, доктор философских наук, доцент (Ставрополь, Россия)  
**И. Г. Дорошина**, кандидат психологических наук, доцент (Пенза, Россия)  
**Е. Кашпарова**, PhD. (социология – Прага, Чехия)  
**У. Р. Кушаев**, (DSc) доктор философских наук (Ташкент, Узбекистан),  
**Д. Танцошова**, PhD. профессор (экономика – Братислава, Словакия)  
**Н. Ц. Христова**, PhD., профессор (история – София, Болгария)  
**Н. А. Хрусталькова**, доктор педагогических наук, профессор (Пенза, Россия)

**Международный редакционный совет**

**Н. Арабаджийски**, PhD., профессор (экономика – София, Болгария)  
**А. Ю. Большакова**, доктор филологических наук (Москва, Россия)  
**С. Н. Волков**, доктор философских наук, профессор (Пенза, Россия)  
**Л. Е. Гринин**, доктор философских наук, академик РАЕН (Волгоград, Россия)  
**В. В. Кондрашин**, доктор исторических наук, профессор (Пенза, Россия)  
**В. М. Минияров**, доктор педагогических наук, профессор (Самара, Россия)  
**М. Сапик**, PhD., доцент (философия – Кутна Гора, Чехия)  
**Л. Цибак**, PhD., MBA (экономика – Братислава, Словакия)

**Рецензенты**

**М. А. Антипов**, кандидат философских наук, доцент (Пенза, Россия)  
**В. С. Давтян**, доктор политологических наук, доцент (Ереван, Армения)  
**А. Д. Доника**, кандидат медицинских наук, доктор социологических наук, доцент, профессор (Волгоград, Россия)  
**Ю. В. Драгнев**, кандидат педагогических наук, доцент (Луганск, ЛНР)  
**И. Н. Ефремкина**, кандидат психологических наук, доцент (Пенза, Россия)  
**И. Г. Хангельдиева**, доктор философских наук, профессор (Москва, Россия)  
**С. В. Ямщиков**, кандидат исторических наук, доцент (Дубна, Россия)

Рецензируемый научно-методический и теоретический журнал «Социосфера» публикует статьи по философии, культурологии, филологии, психологии, педагогике, социологии, праву, истории, экономике и другим социально-гуманитарным дисциплинам, а также методические разработки учебных и воспитательных занятий.

Журнал индексируется в наукометрических базах:

- Электронная научная библиотека (Россия)
- Directory of open access journals (Швеция)
- Open Academic Journal Index (Россия)
- Research Bible (Китай)
- Scientific Indexing Services (США)
- Global Impact Factor (Австралия)
- Cite Factor (Канада)
- International Society for Research Activity (ISRA)
- Journal Impact Factor (JIF) (Индия)
- General Impact Factor (Индия)
- Infobase Index (Индия)
- Scientific Journal Impact Factor (Индия)
- Universal Impact Factor

Импакт-фактор

- РИНЦ – 0,075
- Global Impact Factor – 1,721
- SJIF – 6,492

ISSN 2078-7081

© ООО Научно-издательский центр  
«Социосфера», 2022.  
© Самарский государственный  
социально-педагогический университет, 2022.

ISSN 2078-7081

Scientifically-methodical  
and theoretical journal

**SOCIOSPHERE**

**№ 3 2022**

**THE FOUNDERS**  
**The science publishing centre «Sociosphere»**  
**Samara State Social and Pedagogical University**

**The chief editor – Boris Doroshin**  
candidate of historical sciences, associate professor

**International editorial board**

**A. S. Berberyan**, Doctor of Psychological Sciences, professor (Erevan, Armenia)  
**V. N. Goncharov**, Doctor of Philosophy, assistant professor (Stavropol, Russia)  
**I. G. Doroshina**, Candidate of Psychological Sciences, assistant professor (Penza, Russia)  
**E. Kashparova**, Ph.D. (Sociology – Prague, Czech Republic)  
**U. R. Kushaev**, (DSc) Doctor of Philosophy (Tashkent, Uzbekistan),  
**J. Tancoshovala**, Ph.D., professor (Economics – Bratislava, Slovakia)  
**N. Ts. Khristova**, Ph.D., professor (History – Sofia, Bulgaria)  
**N. A. Hrustalkova**, Doctor of Pedagogical Sciences, professor (Penza, Russia)

**International editorial council**

**N. Arabadzhiski**, Ph.D., professor (Economics – Sofia, Bulgaria)  
**A. Yu. Bolshakova**, Doctor of Philological Sciences, professor (Moscow, Russia)  
**S. N. Volkov**, Doctor of Philosophy, professor (Penza, Russia)  
**L. E. Grinin**, Doctor of Philosophy, academician of RANS (Volgograd, Russia)  
**V. V. Kondrashin**, Doctor of Historical Sciences, professor (Penza, Russia)  
**V. M. Miniyarov**, Doctor of Pedagogical Sciences, professor (Samara, Russia)  
**M. Sapik**, Ph.D., assistant professor (Philosophy – Kutna Hora, Czech Republic)  
**L. Cibak**, Ph.D., MBA (Economics – Bratislava, Slovakia)

**Reviewers**

**Mikhail A. Antipov**, Candidate of Philosophical Sciences, Assistant Professor (Penza, Russia)  
doc. **Vage S. Davtyan**, Ph.Dr. (docent v oboru politologie – Jerevan, Arménie)  
**Alena D. Donika**, Candidate of Medical Sciences, Doctor of Sociology, Assistant Professor (Volgograd, Russia)  
**Yuriy V. Dragnev**, Candidate of Pedagogical Sciences, assistant professor (Lugansk, LPR)  
**Irina N. Efremkina**, Candidate of Psychological Sciences, assistant professor (Penza, Russia)  
**I. G. Khangeldiyeva**, Doctor of Philosophical Sciences, professor (Moscow, Russia)  
**Sergey V. Yamshchikov**, Candidate of Historical Sciences, assistant professor (Dubna, Russia)

Peer-reviewed scientific and methodological and theoretical journal «Sociosphere» publishes articles on philosophy, philology, psychology, pedagogy, sociology, law, history, economics and other social and human sciences, and also methodological manuals of training and educational activities.

The journal is indexed by:

- Electronic Research Library (Russia)
- Directory of Open Access Journals (Sweden)
- Open Academic Journal Index (Russia)
- Research Bible (China)
- Scientific Indexing Services (USA)
- Global Impact Factor (Australia)
- Cite Factor (Canada)
- International Society for Research Activity (ISRA)
- Journal Impact Factor (JIF) (India)
- General Impact Factor (India)
- Infobase Index (India)
- Scientific Journal Impact Factor (India)
- Universal Impact Factor

Impact factor of the journal

- Russian Science Index – 0,075
- Global Impact Factor – 1,721

ISSN 2078-7081

© The science publishing centre «Sociosphere»,  
2022.  
© Samara State Social and Pedagogical University,  
2022.

---

---

# СОДЕРЖАНИЕ

## ИСТОРИЯ

**Жумаев В.** The gastronomic tourism in Uzbekistan: past and present .....9

## ФИЛОСОФИЯ

**Антипов М. А.** Информальное образование в постиндустриальном обществе .....14  
**Саратовцева Н. В., Котовский Р. И.** «Диалог культур» как форма межкультурного взаимодействия .....20

## ПРАВО

**Демидова М. А.** Некоторые проблемы административно-правового статуса гражданского государственного служащего .....24  
**Тимофеева С. Ф.** Актуальные проблемы применения обеспечительных мер в рамках гражданского судопроизводства .....27

## ПЕДАГОГИКА

**Голубев А. Р.** Результаты исследования уровня профессиональной идентичности по методу А. Азбель среди студентов СПО .....30  
**Дьячин А. С.** Периодизация реформы основного и дополнительного образования в СССР во второй половине 50-х – начале 60-х годов XX века .....36  
**Медведева И. В.** Мобильное обучение в современном образовательном контексте .....42  
**Ladonina E. Yu.** The significance of authentic materials in language teaching process .....46

## МЕДИЦИНА

**Ипполитов И. Ю., Кисткин А. И., Богатырев Е. А., Потапов А. В.** Клинические проявления, профилактика и лечение тромбозов и тромбозов осложненных переломов длинных трубчатых костей .....49

## ПСИХОЛОГИЯ

**Дементьева Е. А., Быкова Е. В.** Субличности. Что это и что с ними делать? .....55  
**Звонова Е. В., Кириченко А. Г.** Музыка как средство повышения привлекательности рекламы .....58  
**Звонова Е. В., Савичев К. Н.** Ценностные детерминанты оценки интернет-рекламы российскими потребителями .....63  
**Звонова Е. В., Цветкова М. С.** Психологические аспекты создания личного бренда психолога .....68  
**Ощепков В. С.** Социальные представления студентов об успехе в жизни .....78

## ПОЛИТОЛОГИЯ

**Хлопов О. А.** Дискурс об американской империи в неоконсервативной и неолиберальной идеологиях .....83

---

---

Правила для авторов .....	90
План международных конференций, проводимых вузами России, Азербайджана, Армении, Болгарии, Белоруссии, Казахстана, Узбекистана и Чехии на базе Vědecko vydavatelské centrum «Sociosféra-CZ» в 2022 году .....	92
Информация о научных журналах .....	93
Издательские услуги НИЦ «Социосфера» – Vědecko vydavatelské centrum «Sociosféra-CZ» .....	94

---

---

# CONTENTS

## *HISTORY*

- Jumayev B.** The gastronomic tourism in Uzbekistan: past and present .....9

## *PHILOSOPHY*

- Antipov M. A.** Informal education in a post-industrial society .....14  
**Saratovtseva N. V., Kotovsky R. I.** «Dialogue of cultures» as a form of intercultural interaction .....20

## *LAW*

- Demidova M. A.** Actual problems of the administrative and legal status of a civil servant ....24  
**Timofeeva S. F.** Current problems enforcement of interim measures in civil pro-ceedings....27

## *PEDAGOGICS*

- Golubev A. R.** The results of the study of professional identity by the method of A. Azbel among students of SPO .....30  
**Dyachin A. S.** Periodization of the reform of basic and additional education in the USSR in the second half of the 50s – early 60s of the XX century .....36  
**Ladonina E. Yu.** The significance of authentic materials in language teaching process .....42  
**Medvedeva I. V.** Mobile learning within the modern educational context .....46

## *MEDICAL STUDIES*

- Ippolitov I. Yu., Kistkin A. I., Bogatyrev E. A.** Clinical manifestations, prevention and treatment of thrombovenous complications of fractures of long tubular bones .....49

## *PSYCHOLOGY*

- Zvonova E. V., Kirichenko A. G.** Music as a means of increasing the at-tractiveness of advertising .....55  
**Dementyeva E. A., Bykova E. V.** Subpersonalities. What is it and what to do with them? ..58  
**Zvonova E. V., Savichev K. N.** Value determinants of evaluation of internet ad-vertising by Russian consumers .....63  
**Zvonova E. V., Tsvetkova M. S.** Psychological aspects of creating a psychologist's personal brand .....68  
**Oshchepkov V. S.** Social perceptions of students about success in life .....78

## *POLITICAL SCIENCE*

- Khlopov O. A.** The Discourse on the American Empire in Neoconservative and Neoliberal ideologies .....83



---

---

Roos for authors.....	90
Plan of international conferences held by the universities of Russia, Armenia, Azerbaijan, Bulgaria, Belarus, Kazakhstan, Uzbekistan and the Czech Republic on the basis of Vědecko vydavatelské centrum «Sociosféra-CZ» in 2022 .....	92
Information about about scientific journals .....	93
Publishing services of the science publishing centre «Sociosphere» – Vědecko vydavatelské centrum «Sociosféra-CZ» .....	94

## THE GASTRONOMIC TOURISM IN UZBEKISTAN: PAST AND PRESENT

**B. Jumayev**

*PhD student, e-mail: jumayev.buron@bk.ru,  
Center of Uzbekistan's Contemporary history under  
Academy of Sciences of Uzbekistan,  
Tashkent, Uzbekistan*

**Abstract.** This article provides information on the history of gastronomic tourism in Uzbekistan in a chronological order, as well as details of reforms and future plans in this area during the years of independence, the importance of the place of this species in the tourism industry, gastronomic associations, institutions and organizations. Today's achievements in the field of gastronomic tourism are partially illustrated, the breadth of domestic opportunities of this species is shown, as well as a number of scientific and practical proposals for the development of gastronomic tourism.

**Keywords:** gastronomic tourism; food and beverage; cuisine; national cuisine; history; events; cooking.

The rapid development of the gastronomic tourism sector is an important factor in economic growth, as not all types of tourism are directly related to other types of gastronomic tourism.

We will have to divide tourists into two types in terms of gastronomy:

- in the first type, tourists organize a direct gastronomic tour; Gastronomic tourism is when a person or a group travels from one region to another to taste, enjoy or heal the national food and drink, and to learn about the methods of production, culinary secrets, cooking technologies, the peculiarities of food and its history. means visiting a second region or from one state to another.
- in the second type, the purpose of the visitor may be different, for example: sports competitions, visits to holy places, trade cooperation and others, but the guest does not bypass gastronomic tourism directly due to the need for daily meals. It is no secret that eating at all times is not only a means of nourishing the body, but also an important tool that affects the health of the body, mood and worldview of a person, and even gradually changes his appearance. Therefore, the focus on gastronomic

tourism creates the basis for the development of other types of tourism.

"Food tourism is developing in the world for two main reasons: first, the desire of people to know where their food came from, and second, the desire to discover new foods and cooking" [1, p. 3].

The term gastronomic tourism was first used in 1998 by scientists at Bowling Green University (USA), and although the term has not gone back a long way, we can find a lot of information about food and beverages in our country in historical works. This creates a unique history of gastronomic tourism. There are many local and foreign sources describing the travels in the territory of Uzbekistan. Our ancient ancestors migrated to different lands as nomads during their social life. They enjoy the natural pleasures of grazing, living in pastures, drinking clear water, consuming milk, yogurt, meat and fruits, as well as seeking nutrients and herbs that are not in the same area due to the need for medical treatment. had to travel. According to historical legends, even Alexander the Great came to Central Asia in search of "magical water" that would prolong life and rejuvenate man [2, p. 7]. At this point, the Great Silk Road, as the main trade route connecting east and west, carried food

along with various goods, which means that it played an important role in gastronomic tourism of that period. For example, rice was brought to Central Asia from China, and from there grapes, nuts, pomegranates and other agricultural products were exported to China.

Since the main occupations of the first medieval states in our country: Sogdiana, Fergana, Takharistan, Eftallar, Kidariy were agriculture and animal husbandry, their food consisted of various fruits and vegetables, dairy products and meat products [3]. This situation did not change much during the later Turkish empire and Arab rule, but after the Mongol invasion in our country there were great changes in the food of the settled population. This was due to the existence of differences in the specific eating customs and rules of the Mongols. As the Mongols were a nomadic people, their main food consisted of meat and dairy products. Kurut would replace food for them during a quick move. But where conditions were right, they could boil meat in their small cauldrons and drink the blood of horses in the absence of dried or other food, so that they could be fed in this way for ten days" [4].

Genghis Khan insisted on maintaining the honor of the guest in the desert, and had enshrined in law that if a man was eating, he must invite the man next to him to be his partner. Everyone would partner with the person eating without being invited. During the Mongols, he held the position of "Yurtchi". As they marched through desert and arid lands, they had to determine how much food and water the army needed, and generally know where there was drinking water and fodder along the way [5, p. 31]. Accordingly, they stockpiled spare food. The Mongols also had a nomadic-style way of eating.

The nutrition of the Mongols and the supply of food to the army were greatly improved later in the Timurid period. "Along with Amir Temur's army, butchers, bakuls, traders of roasted and cooked meat, sellers of

barley and fruit, and bakers also moved. Gathering food for the army was important. This task was entrusted to commanders such as Allahdod and White Temur Bahadir" [6, p. 93]. They provided the army with the necessary food before the battle.

From the above information, it can be concluded that Amir Temur used food as a form of punishment for the army, as well as used it as an incentive. "After the victory in the battle against the ceasefire, Amir Temur, in accordance with his tradition, rewarded those who showed courage, entertained the warriors with various delicacies and rewarded them with koumiss in expensive vessels" [7, p. 151]. We know that any guest is first greeted with a beautiful table setting, a situation that is typical of all times. Each country tries to treat the guest with its own national dishes, meat products and fruits and vegetables have always been the main dish for the Turkic peoples. In the state of Amir Temur, the food that was not eaten at the banquet was taken home by the servants of the guests. Not eating was considered disrespectful. The Spanish ambassador, Kilavijo, reports in his "Memoirs" that a single state banquet took away enough food to feed the entire embassy staff for six months.

"Bread was plentiful everywhere, and rice could be bought in large quantities for cheap. Roasted or stewed meat was sold in open shops all over the city, and roasted chickens, geese, and wild birds in general could be purchased. These delicacies and foods were sold with taste and cleanliness, and the trade continued throughout the day and even at night" [8, p. 177].

Zakhriddin Muhammad Babur also describes in his work "Boburnoma" the various delicacies, fruits and melons of our country, noting that their taste is not found in other countries. During the Timurid period, dining and hospitality continued in Bukhara, Khiva and Kokand empires. Information about the cuisine of this period can be found in the works and memoirs of many foreign tourists. Alikhan Gafur, an Iranian

ambassador who met the khan of Khiva in 1842, described in his diary: Wherever they love horses or yabu, their stubbornness and lust belong to him. No one has the right to eat it, it is collected only for the khan. The khan cleans, grinds and cooks them with his own hands. This is his best and most delicious dish" [9].

Although food and beverages were almost the same in every empire, the exchange of food with each other continued on a regular basis. "In the Khiva empire, food was more expensive than in the neighboring Bukhara emirate, and the population had less money. In winter, Turkmens traveled around Khiva, buying bread in exchange for meat. The local farmers, the Sarts, grew wheat, barley, and horticultural crops" [10].

During the war years, the state was supplied with surplus foodstuffs such as vegetables, rhizomes, fruits, meat, and grain. In particular, 82 million pounds of grain, 1.1 million tons of rice, 57.5 thousand tons of fruits and grapes, 159.3 thousand tons of meat and other products. -400 grams of bread were given [11, p. 93].

Even in the post-war years, the pursuit of increasing cotton yields by the policies of the dictatorial Soviet government limited the republic's ability to solve its food problems" [12].

Since August 31, 1991, when Uzbekistan gained its independence, positive changes have begun in all spheres in our country, the living standards of the population have improved, freedom of food and freedom of grain have been achieved. Bilateral and multilateral cooperation with foreign countries is being established in every field.

In fact, in the villages located in the provinces, there are only national dishes that are unique to this place, and its taste and composition are not repeated in the villages of other provinces. It is in this sense that such dishes are delicious for both foreign tourists and locals. Our country has all the dishes and beverages that correspond to the four seasons, have a unique ancient history, as well as necessary for human life, for

example, radish snack with sour cream in the spring, soup soup, sumalak, halim, blue chuchvara, blue somsa, kovatok rice (vine), roasted cauliflower, mint. In summer, tomato kebab, cabbage stuffing, dumbil soup, pepper stuffing, lagmon, yoghurt soup, sour cream snack, chalop, chicken soup, steamed kebab, meat stew, vegetable stew, ayran, yak tea, fruit compotes and so on are welcome. In autumn, fried fish, laqqa kebab, barra meat, head soup, quail kebab, behili pilaf, potato manti, honey quince, cut lagmon, pumpkin somsa, etc. are on the table. On frosty days, kazi-karta, pustdumba, mutton pilaf, kart dumba pilaf, qazili pilaf, barra kebab, radish salad, fried soup, moshkichiri, winter fruits, their jams, compotes, peels, vinegar and pickles are consumed [13, p. 257]. Uzbekistan is one of the top five countries in the CIS and CIS countries in the field of gastronomic tourism. We know that it has always been interesting for tourists to get acquainted with the process of preparation of national dishes in the homeland of those dishes.

In 2016 Uzbek palov (pilaf) culture and tradition has been inscribed on the Representative List of the Intangible Cultural Heritage of Humanity of UNESCO. It is proposed to additionally add to this list such pearls of the national intangible cultural heritage of the national dishes sumalak and halim. [14, p. 43].

Therefore, the role of public organizations, in particular, the Association of Chefs of Uzbekistan, established in 2008, plays a special role in promoting the brand "Uzbek cuisine" in the world. In order to promote Uzbek national cuisine to the world, to increase the flow of tourists to our country, the Chefs Association of Uzbekistan became a member of the World Association of Chefs in 2010 and the World Association of Chefs in 2017. As a result, many foreign festivals, summits and competitions share experience and achieve high results. In particular, in 2018, Uzbekistan took first place in the category "Gastronomic Tourism" at the award "National Geographis Traveler" held

by the magazine "National Geographis". At the 33rd International Mengen Festival in Turkey in August 2019, the national cuisine "Uzbekistan" was presented to 13 countries, including Germany, the Netherlands, Cyprus, Azerbaijan, Malaysia, Ukraine, Egypt, Bosnia and Herzegovina, Saudi Arabia and others. stand was set up and won 3rd place in the competition.

On April 7, 2021 in the Republic of Dagestan of the Russian Federation began propaganda work in the direction of "Journey to the Land of Imams." In particular, the delegation consisting of representatives of the State Committee for Tourism Development, the International Islamic Academy, the Association of Chefs visited the city of Makhachkala in Dagestan with the support of the Embassy of Russia in the Russian Federation and the Consulate General in Rostov-on-Don. Skilled chefs of the Association of Chefs of Uzbekistan prepared pilaf, our national dish, and Dagestanis appreciated the taste of pilaf [15]. Of course, such initiatives have not stopped, we can cite many more such examples, but at the same time we would like to make our suggestions and recommendations on what needs to be done in this area. I think that the suggestions and recommendations we are going to make will also serve to improve the gastronomic tourism activity, as we have mentioned above examples that our country has long been preparing medicinal and nutritious food, and this process naturally attracts the attention of tourists. In order to further develop this area:

- To increase the number of fast food outlets, taking into account the fact that, unlike organized tourists, self-organized tourists prefer to eat on the road, use the services of nearby cafes and bars in attractions;
- In this regard, training of specialists, certification, organization of special zones, high level of safety of gastronomic tourism, service staff of restaurants included in the kitchen tour project must

know foreign languages and the necessary information about the dishes, drinks and products they prepare. Waiters have to play the additional role of kitchen guides almost completely. Tourists should also be familiar with gastronomic monuments and places where they can buy products that are popular in the area;

- The direct participation of tourists in the process of cooking national dishes and eating them on the spot is of great interest to foreigners. In this regard, it is necessary to organize annual "harvest festivals" in the city and district centers and rural areas, melon, pumpkin and bread festivals in the form of competitions, in the gastronomic tourism of the city can visit many restaurants, confectionery factories;
- Our staff serving in our kitchens must have full knowledge of each meal. To do this, we need to increase the number of educational programs and commercials. If we take out our medicinal foods in TV commercials today, we have fruits, drinking water, meat and dairy products, various greens and many other foods that cure many diseases in our country. This area is worth actively promoting promotional activities. Currently, the number of channels engaged in the advertising of the tourism industry is limited, it is necessary to expand the dependence of information supply;
- Organization of master classes in the traditions of national cuisine or in the hotel restaurant chef.

### Bibliography

1. Stanley, J. & Stanley, L. (2015). Food Tourism: A Practical Marketing Guide. Croydon: CPI Group. p. 3.
2. Qosimova R.A. Tourism and its teaching methods. (tutorial). – T.: Alokachi Publishing House, 2008, 7 pages.
3. <https://hozir.org/xoqonlik-tashkil-topishi-vi-asr-ortalari.html> 2022 year 10 - February
4. Ivanin M. "Ikki buyuk sarkarda Chingizxon va A. Temur". Toshkent. "Fan" 1994 year

5. Ivanin M. "Ikki buyuk sarkarda Chingizxon va A. Temur". Toshkent. "Fan"1994 year
6. Ziyoyeva D. X. "O'zbekistonda harbiy ish tarixidan". Toshkent "Sharq" 2012 year
7. Ivanin M. "Ikki buyuk sarkarda Chingizxon va A. Temur". Toshkent. "Fan"1994 year
8. Xilda Xukxem. "Yetti iqlim sultoni", Toshkent-1999 year
9. <https://kh-davron.uz/kutubxona/uzbek/mirpanjiyning-asirlikdagi-xotiralar-asariga-ilovalar-yoxud-xiva-xonligi-tarixidan-ilovalar.html> (Accessed: 20.02.2022).
10. <https://kfdvgtu.ru/uz/opisanie-hivinskogo-hanstva-hivinskoe-hanstvo-horezm/> (Accessed: 12.02.2022).
11. Rajabov Q. "O'zbekiston tarixi" T.: 2017 year
12. <https://hozir.org/ozbekistonda-50-70-yillarda-paxta-yakkaxokimligining-kuchayish.html> (Accessed: 22.02.2022).
13. Boltabayev M. R., Tuxliyev I. S., Safarov B. Sh., Abduxamidov S. A. Turizm: nazariya va amaliyot. –T.: «fan va texnologiya», 2018 year
14. Abdimuminov O. The history of relations between the Republic of Uzbekistan and the United Nations Organization // Dissertation Abstract of the Doctor of Philosophy (PhD) on Historical Sciences. – Tashkent: 2018. – P. 43.
15. <https://uzbektourism.uz/uz/newnews/view?id=1676> (Accessed: 24.01.2022).

© *Jumayev B.*, 2022

УДК 101+37.01+316.324.8

## ИНФОРМАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ В ПОСТИНДУСТРИАЛЬНОМ ОБЩЕСТВЕ

М. А. Антипов

*Кандидат философских наук,  
e-mail: 210483@inbox.ru,  
Пензенская духовная семинария,  
г. Пенза, Россия*

## INFORMAL EDUCATION IN A POST-INDUSTRIAL SOCIETY

M. A. Antipov

*Candidate of Philosophical Sciences,  
e-mail: 210483@inbox.ru,  
Penza Theological Seminary,  
Penza, Russia*

---

**Abstract.** The article reveals the social foundations for the development of informal education in modern society. It is pointed out that the information boom, cultural eclecticism and the rapid pace of change, characteristic of a post-industrial society, lead to deinstitutionalization. Also based on the socio-phenomenological approach, it is argued that how people perceive society at a given moment in time determines its appearance in the future. On this basis, a conclusion is made about the importance of forming an adequate picture of the social world and the world as a whole in the mind of a modern person. Further, the importance of informal education in the current conditions is indicated and its essence and features are revealed.

**Keywords:** information society; deinstitutionalization; education as a social institution; informal education.

---

Социальная жизнь во всем ее многообразии протекает в рамках определенных структур, формируемых коллективной жизнедеятельностью, складывающихся исторически и трансформируемых каждым новым поколением. Такие социальные установления – институты – обеспечивают относительную стабильность общества, воспроизводство наиболее действенных в той или иной точке социального пространства и времени образцов поведения и взаимодействия. Это делает поведение людей в обществе относительно предсказуемым и способствует регуляции общественных отношений. Иными словами, социальные институты служат узловыми элементами общества, поддерживающими его нормальное (в контексте самовоспроизводства и развития) функционирование. Социальные институты

трансформируются, сменяют друг друга, когда потребность в существовании того или иного из них отпадает в ходе исторического процесса.

Опираясь на социально-феноменологический подход, благодаря которому становится возможной детальная интерпретация процессов, происходящих на уровне общественного сознания и определяющих развитие общества, социум можно представить как продукт совместной психической активности индивидов, его составляющих. Если П. Бергер и Т. Лукман писали, что «общество существует лишь в той мере, в какой люди осознают его» [1, с. 103], мы, не сомневаясь в правоте представителей социальной феноменологии, дополним их мысль юнгианской идеей о коллективном бессознательном, определяющим поведе-

ние индивидов. Таким образом, характер общества определяется особенностями сознательной и бессознательной психической жизни, протекающей как на индивидуальном, так и на коллективном уровнях. В рамках феноменологии и в частности социальной феноменологии личность предстает как субъект, связанный с другими членами общества посредством взаимных действий по интерпретации и мыслительному освоению объективной действительности. Каждый из нас разделяет мир с другими, интерпретирует его, опираясь на уже сложившиеся типизированные формы и образцы. Само общество как особый тип реальности формируется за счет объективаций образцов и правил деятельности, которые формируются в результате многократных повторений действий в схожих ситуациях.

Исходя из подобных представлений, можно утверждать, что общество и его институты формируются на основе тех знаний (житейских, мифологических, религиозных, научных, философских, художественных), которые усваиваются индивидами в ходе первичной и последующей социализации. То, как члена общества осознают его, определяет во многом, характер социальной жизни и темпы общественного развития. Так, например, если государство, его институты и олицетворяющие его чиновники воспринимаются и осознаются в обществе положительно и ассоциируются у большинства с честностью, порядочностью, ответственностью, справедливостью и другими ценностями, то и отношения в иерархии «государство-народ» будут строиться на уровне уважения и доверия. Это будет способствовать демократизации и построению гражданского общества. В обратном случае, если власть воспринимается как нечто связанное с обманом, жадной наживы и власти, то и в отношениях между народом и властью не будет доверия, политическая сфера будет носить более авторитарный характер, а демократические принципы бу-

дут только декларироваться, не соблюдаясь в реальности.

Общество и институты, в него входящие, развивается от закрытости и «окостенелости» социальных структур, ярким примером чему является система каст до подвижности, открытости социальных структур и крайнего плюрализма в духовной сфере, т.е. эклектического смешения культур и субкультурных течений, идеологий, ценностных систем, форм и типов мировоззрения. Подобные тенденции можно обобщить понятием «деинституализация», которое означает размывание традиционных установлений, а значит, и основанных на них социальных структур, связей, способов коллективной жизнедеятельности. Во многом, этому способствует прогресс в сфере информационных технологий, определяющий кардинальные трансформации в сфере социального распределения знаний. По мере прогресса в области средств фиксации, сохранения и передачи информации растут возможности в сфере ее производства и трансляции, а также повышается ее доступность. Но такое увеличение количества информации ведет к снижению ее качества.

Так ранее производством знаний занимались жрецы, богословы, философы, ученые, писатели, государственные идеологи и другие профессионалы. С развитием печатных СМИ к ним добавились журналисты (репортеры), с появлением электронных СМИ профессиональная группа журналистов пополнилась радиорепортерами и телевизионными журналистами. С развитием сети интернет и цифровых медиа появились сначала блогеры, затем видеоблогеры, а виртуальные социальные сети делают возможным публиковать тот или иной информационный контент в глобальном информационно-коммуникационном пространстве каждому интернет-пользователю. В результате общество сталкивается с потоком разнообразной по содержанию, тематике и форме информации, отбор которой ограничивается только рамками законодатель-



ства того или иного государства. Что касается ее интеллектуального, этического, эстетического, духовного и педагогического аспектов, то здесь характерно отсутствие каких-либо стандартов и строгих рамок.

Иными словами, телевизионный и, что особенно важно сейчас, интернет-контент – это такие массивы информации, подходить к которым следует строго избирательно, отсеивая по-настоящему ценное и нужное от пустого и бессмысленного, и, тем более, от заведомо деструктивного и противоречащего исконным ценностям и нормам общества. Но пустое по содержанию, примитивное по смыслу и часто апеллирующее к низменным потребностям человека, то есть все то, что именуется в научной и философской литературе массовой культурой [2], глэм-культурой [3], стриптиз-культурой [6], является более привлекательным для человека, так как удобно для восприятия и не требует напряжения мыслительных, духовных, интуитивных и других внутренних сил.

Социализация в условиях информационного бума определяет и соответствующий облик общества на ближайшее будущее, который можно охарактеризовать как неопределенный, с расплывчатыми и дискретными социальными связями и структурами. Общество постоянно изменяется и перестало быть устойчивым, в отличие от традиционного общества, в котором была единая идеология, доступ ко всему объему знаний имела лишь элита, социальные структуры носили сначала кастовый, а позднее классовый характер (закрытый), а большая часть населения занималась аграрным трудом с применением примитивной техники. Иными словами, обратной стороной социального прогресса является тенденция, которую можно назвать социальной энтропией, то есть рассеиванием социальности.

Подобная ситуация актуализирует вопрос о сущности и характере образования

в постиндустриальном обществе, поскольку именно в его рамках традиционно проходила и проходит значительная часть социализации личности и осуществляется массовая трансляция знаний, передача культурного опыта. Несомненно, что электронные масс-медиа составляют весомую конкуренцию образованию и в качестве фактора социализации и в качестве средства трансляции знаний. Также общеизвестно, что в образовании с большим или меньшим успехом используется потенциал электронных средств массовой коммуникации для решения учебных и воспитательных задач на различных уровнях.

Но трансформации в образовании в постиндустриальном обществе происходят на глубинном уровне, когда приходится говорить о его расширении до выделения в нем формального, неформального и информального типов. При этом, последний тип образования еще не получил должного концептуального осмысления в современной отечественной науке и не нашел признания в образовательном пространстве нашей страны, в отличие от целого ряда зарубежных.

Сапин описывает информальное обучение как «непреднамеренное обучение на основе жизненного опыта». Джеффс и Смит понимают его в терминах «случайное обучение» и «самообразование». Информальное обучение отличается, по их мнению, от неформального образования своей спонтанностью. Кумбс и Ахмед рассматривают информальное образование как любое обучение, выходящее за границы формального и неформального образования. В Великобритании информальное образование может называться «общинным образованием», «общинным обучением» или «народным образованием». Популярное образование – предпочтительный термин, используемый в Южной Америке. В других частях Европы эту практику называют социальной педагогикой или «анимацией». В документах Европейской комиссии информальное обра-

зование называют «обучением на протяжении всей жизни» [11].

Некоторые зарубежные авторы выделяют такие черты неформального обучения: отсутствие дидактичности; погруженность обучающегося в осмысленную деятельность; важность инициативы, интереса или выбора учащегося (а не на внешних требований); отсутствие оценивания, внешнего по отношению к деятельности [12].

Неформальное образование может трактоваться как вид деятельности, направленный на профессиональное и личностное развитие путем приобретения и усвоения новых знаний (личностно-деятельностный подход), как спонтанное получение новых знаний и представлений (социокультурный подход), а также как самообразование (эвтагогический подход) [5, с. 12]. При всем многообразии существующих подходов и определений неформального образования их объединяет то, что данный тип образования тесно связан с непрерывным образованием в течение всей жизни человека, непрерывное освоение новых знаний, личностное и профессиональное развитие становится особенно важным в современную эпоху неопределенности и стремительно происходящих трансформаций в обществе. Неформальное, при этом, означает, что оно не имеет атрибутов формы (является неформальным), так как такое образование непреднамеренное, осуществляемое на рабочем месте, в кругу семьи или на отдыхе – в повседневной жизни, без процедурных формальностей [8, с. 129].

В неформальном образовании наглядно отражается тот факт, что в пространственном плане образование выходит за рамки стен образовательных организаций [9, с. 225]. Динамично и непредсказуемо изменяющееся общество с эклектичной экранной культурой, формирующей у личности клиповое мышление и ведущей к дефрагментации мировоззрения, смешению мировоззренческих систем, дискретности традиционных идеалов, сосуще-

ствованию полярных мнений, представлений, точек зрения, в которых как в куче разноцветного битого стекла преломляется действительность, делает важным непрерывное образование, которое невозможно без самостоятельного и часто спонтанного освоения необходимых знаний в ходе повседневной жизнедеятельности. Обобщая отличия неформального образования от формального и неформального, приводимые Н. В. Ляшевой [4, с. 127–128], можно выделить такие его характеристики, как максимальная свобода от формальных рамок и условностей и саморегулирование в процессе реализации.

Именно такой тип образования коррелирует на уровне общественного сознания с мозаичной экранной культурой, а на уровне сознания личности – с клиповым мышлением. Неформальное образование приобретает особую значимость в рамках сложившейся к настоящему времени экранной культуры, в рамках которой основным средством трансляции информации является экран, а сама информация преподносится в визуальном или аудиовизуальном формате через цифровые изображения, анимационные картинки, видеоролики и фильмы. При этом, более значительную роль в экранной культуре играет часто не смысловое содержание, а именно форма контента для того, чтобы заинтересовать максимальное количество пользователей, а во многих случаях и оказать воздействие на желания, предпочтения, ценностные ориентации, социальные установки, мировоззрение и т.д.

Если дифференцировать типы культуры на дописьменную, письменную, печатную и экранную, то прослеживается постепенное обеднение ее содержания, ее разочеловечивание в том плане, что мысль произносимая отличается наибольшей живостью и непосредственной связью с ее творцом, мысль зафиксированная письменно ее автором, также несет непосредственный отпечаток личности (почерк, время и место создания рукописи, биографические обстоятельства и т.д.), то уже

в печатной литературе, для которой характерно множественное копирование и перепечатывание, возможны ошибки, опечатки, редакторские правки и тем самым отдаление мысли от оригинала, ее искажение. Кроме этого растут объемы информации и снижается, как уже говорилось выше, ее качество, так как доступ к средствам производства и трансляции цифрового контента есть практически у каждого пользователя, подключенного к сети интернет.

Именно в таких условиях каждый выбирает для себя те знания, которые важны для него в каждый конкретный момент жизни, и в том формате, который наиболее удобен. Информальное образование может сочетаться с формальным средним общим, средним профессиональным и высшим, а также им охвачены взрослые люди, давно получившие документы о прохождении школьной образовательной программы, программ среднего профессионального и высшего образования. В современных условиях отпадает необходимость каждый раз обращаться в образовательную организацию, чтобы получить дополнительные знания. Есть множество онлайн-сервисов и ресурсов, позволяющих повышать уровень личностного и профессионального развития. Но проблема состоит, во-первых, в том, что не все пользователи сети интернет информированы о таких ресурсах, а во-вторых, в том, что у большинства недостаточно мотивации для саморазвития, так как сфера предпочтений сводится лишь к развлекательному контенту.

Возможностей цифровых образовательных ресурсов в информальном образовании должно быть достаточно для того, чтобы каждый имел доступ к знаниям, необходимым в повседневной жизни, профессиональной сфере, сфере общественной деятельности и т.д. Помимо того, информальное образование при официальном учете его результатов в рамках формального образования позволяет эко-

номить время обучающихся и ресурсы образовательных организаций. Такая практика действует, к примеру, в Австралии и США: часть учебных дисциплин в вузах засчитываются на основе прохождения специальных испытаний, направленных на оценку знаний, умений и навыков полученных в ходе спонтанного образования в ходе осуществления профессиональной деятельности, накопления опыта, общения с коллегами, наставниками, самодеятельного обучения и т.д. [10].

Итак, постиндустриальное общество характеризуется информационным бумом, что ведет к социальной энтропии, размыванию и смешению социальных институтов, норм, ценностей и идеологий, а также динамичными и непредсказуемыми изменениями, обусловленными стремительным научно-техническим прогрессом в сферах информационных технологий, биотехнологий, когнитивных наук. В результате современный человек оказывается погруженным в потоки разнообразного информационного контента, значительная часть которого не представляет особой культурной ценности, а часто и противоречит исконным ценностям. В таких условиях особую роль приобретает образование как общественный институт, в рамках которого осуществляется социализация и трансляция социокультурного опыта. Одним из проявлений адаптации образования к сложившейся ситуации в обществе стало выделение информального (непреднамеренного, осуществляемого в ходе повседневной жизни вне процедурных формальностей и стен образовательных организаций). Информальное образование предоставляет человеку возможность успевать за стремительными изменениями в социальной жизни, адаптироваться к переменам в профессиональной сфере деятельности, оперативно получать необходимые для изменившихся обстоятельств знания. В условиях мозаичной культуры именно такое образование, дополняя формальное и неформаль-

ное, обеспечивает непрерывность личностного и профессионального развития, освоения все новых и новых знаний на протяжении всей жизни.

**Библиографический список**

1. Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания. М.: «Медиум», 1995. 323 с.
2. Бодрийяр Ж. В тени молчаливого большинства или смерть социального. Екатеринбург, 2000. 32 с.
3. Иванов Д.В. Глэм-капитализм: логика сверхновой экономики // Телескоп. № 5 (89). 2011. С. 11–20.
4. Ляшевская Н.В. Актуальность информального образования в контексте непрерывного образования // Вестник Сибирского института бизнеса и информационных технологий. № 4 (28). 2018. С. 124–130.
5. Ляшевская Н. В. Информальное образование: подходы к определению понятия // Известия ВГПУ. 2019. № 7 (140). С. 10–14.
6. Макнейр Б. Стриптиз-культура. Секс, медиа и демократизация желаний. М.: У-Фактория, 2008. 448 с.
7. Московичи С. Век толп. Наука о массах. М.: Центр психологии и психотерапии, 1998. 190 с.
8. Нефедова Г.М. Специфика интеграции формального, неформального и информального образования // Научно-педагогическое обозрение. Pedagogical Review. 2017. 3 (17). С. 127–133.
9. Окерешко А.В. Информальное образование как фактор личностно-профессионального развития человека в пространстве современной культуры // Человек и образование № 3 (44) 2015. С. 225–229.
10. Clayton B., Smith, L. Recognising non-formal and informal learning: participant insights and perspectives. 2009. [https://www.researchgate.net/publication/37377546\\_Recognising\\_non-formal\\_and\\_informal\\_learning\\_participant\\_insights\\_and\\_perspectives/citation/download](https://www.researchgate.net/publication/37377546_Recognising_non-formal_and_informal_learning_participant_insights_and_perspectives/citation/download) (дата обращения: 11.08.2020).
11. Lohmeyer, B.A. Informal Educational Infrastructure: Citizenship Formation, Informal Education, and Youth Work Practice / B.A. Lohmeyer [Электронный ресурс] // URL: [https://link.springer.com/referenceworkentry/10.1007%2F978-3-319-67905-1\\_39-1](https://link.springer.com/referenceworkentry/10.1007%2F978-3-319-67905-1_39-1)
12. Rogoff, B., Callanan, M., Gutierrez, K. The Organization of Informal Learning // Review of Research in Education. – 2016. – № 40 (1). – P. 356–401.

© Антипов М. А., 2022

УДК 008

**«ДИАЛОГ КУЛЬТУР» КАК ФОРМА МЕЖКУЛЬТУРНОГО  
ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ****Н. В. Саратовцева****Р. И. Котовский**

*Кандидат педагогических наук, доцент,  
e-mail: Saratovtseva.NV@mail.ru,  
студент,  
e-mail: kotovskiy@yandex.ru,  
Пензенский государственный  
технологический университет,  
г. Пенза, Россия*

**«DIALOGUE OF CULTURES» AS A FORM OF INTERCULTURAL INTERACTION****N. V. Saratovtseva****R. I. Kotovsky**

*Candidate of Pedagogical Sciences,  
assistant professor,  
e-mail: Saratovtseva.NV@mail.ru,  
student,  
e-mail: kotovskiy@yandex.ru,  
Penza State Technological University,  
Penza, Russia*

---

**Abstract.** The article is devoted to the characterization of the «dialogue of cultures» as a form of intercultural interaction. The authors, relying on the opinions of well-known scientists, note that at present it is extremely important for a person to become familiar with the cultural heritage of his people and assimilate elements of other ethnic cultures. The article contains the results of a survey conducted to study the attitude of modern society to intercultural interaction.

**Keywords:** dialogue; «dialogue of cultures»; intercultural interaction; intercultural communication.

---

Исследования теории «диалога культур» как формы межкультурного взаимодействия отражают возросшее разнообразие научных моделей, где в фокусе внимания оказываются различные аспекты коммуникаций, протекающих в обществе среди различных культурных групп населения. Исследованием вопросов «диалога культур» как формы межкультурного взаимодействия занимались такие ученые как Костомаров В. Г., Лихачёв Д. С., Азимов Э. Г. и др. [6]. В целом тема является хорошо проработанной, однако постоянный прогресс создает необходимость уточнения и осознания некоторых аспектов.

Что такое «диалог культур»? В современной науке под диалогом культур понимается «общение многих уникально-всеобщих личностей, доминантой которого является не только познание, взаимодействие, но и взаимопонимание» (Горди-

енко А. А.) [2]. По сути, диалог культур – это «взаимодействие и взаимопонимание многих культур» (Костомаров В. Г.) [2].

В конструктивном построении диалога этнических культур крайне важны «такие функции культуры, как социализация, то есть усвоение обязательного минимума культуры общества, и инкультурация, то есть приобщение к культурному наследию и усвоению элементов других культур» [3, с. 76].

Диалог культур как форма межкультурного общения в настоящее время, предполагает необходимые знания о представителях той или иной культуры. Так, например, «индуист – человек, стремящийся к должному, к радости; конфуцианец – человек действия и долга; христианин – человек любознательный и ригористический; мусульманин – человек любовный и деятельный; иудей – стремится

к знанию и мудрости; буддист – самоуглублен и некорыстен» [5, с. 7].

Следовательно, «диалог, понимаемый в виде культуры, – это не диалог различных мнений или представлений, это – всегда диалог различных культур (в пределе – культур мышления, различных форм разумения); общение в культуре – это не обмен информацией, не «разделение труда», не «участие в общем деле» или в «общем наслаждении». Это событие и взаимодействие двух (и многих) совершенно различных миров – различных онтологически, духовно, душевно, телесно» [1].

Во взаимодействии большое внимание должно быть уделено слушателю. Установка на слушателя – есть установка на особый кругозор, особый мир слушателя. Она вносит абсолютно новые моменты в его слово, поскольку происходит взаимодействие разных контекстов, разных кругозоров, разных точек зрения.

Выявленная русским культурологом и философом М. М. Бахтиным структура диалога в его отличии от монологического высказывания относится не только к словесной форме общения. Для Михаила Михайловича любопытным представляется сама суть диалога, который предполагает уникальность каждого партнера, и их принципиальное равенство друг другу [1].

Межкультурное взаимодействие – это идеальная цель человека, стремящегося как можно лучше и эффективнее познать окружающий мир и адаптироваться к нему.

Иными словами, межкультурная коммуникация (от англ. cross-cultural communication) – это общение и связь между представителями различных культур, которые предполагает как непосредственные контакты между людьми и их общностями, так и опосредованные формы коммуникации (в том числе язык, письменность, речь, электронную коммуникацию).

Диалог как форма общения проникает во все сферы человеческой жизни. Он – есть средство осуществления условие вза-

имопонимания людей, коммуникационных связей, взаимодействия культур. Взаимодействие культур, их диалог – наиболее благоприятная основа для развития межличностных, межэтнических и межнациональных отношений.

Поскольку, как справедливо утверждал российский культуролог, профессор Дмитрий Сергеевич Лихачев, «общаясь, люди создают друг друга», диалог культур способен развивать различные культуры. Надо заметить, что сама культура диалогична, живет в диалоге и обогащает его. Более того, взаимодействие и диалог культур в истории человечества просто неизбежен. Все культурные и исторические явления – продукты взаимодействия, результаты общения. В ходе диалога культур развивается творческая мысль, происходит становление языковых форм. «Диалог идет в пространстве и во времени, пронизывает культуры по вертикали и по горизонтали» [4].

Нельзя полностью обособить культуру, она должна обогащаться за счет других культур. Для осознания своей уникальности, для возможности самосохранения человечества крайне важен диалог. Поэтому, диалог – существенный методологический принцип понимания культуры.

Изучение сущности понятий «диалог культур» и «межкультурное взаимодействие» позволяет прийти к некоторым умозаключениям. Во-первых, любое межличностное общение является межкультурным, поскольку в него вступают люди, как представители определенной культуры общества, профессии, государства, обладающие личной, национальной культурой и профессиональной или социальной субкультурой. Во-вторых, межличностное общение – это диалог, который должен быть основан на паритетных, субъект-субъектных отношениях. В-третьих, человек становится личностью в процессе социализации, общения, диалога с другими людьми, усваивая культурные ценности и нормы. В-четвертых, диалог культур – это взаимодействие различных картин мира,

менталитетов, культур, проявляющихся на формальном и неформальном уровнях межкультурного общения. И, наконец, в-пятых, межкультурная коммуникация – это различные виды субъект-объектной связи (вербальные и невербальные), используемые в процессе взаимодействия и общения.

В современном обществе меняется отношение к культурному взаимодействию и глобализации. Проблема современного взаимопроникновения культур обсуждается не только учёными и политиками, но и самыми обычными людьми. Для выявления различий в оценке «диалога культур» как формы межкультурного в современном обществе среди представителей различных социальных групп нами было проведено анкетирование с использованием опросных форм Google. Ссылка на анкету была опубликована в нескольких городских сообществах крупных городов России. В анкетировании приняли участие 434 респондента.

По полученным результатам исследования можно утверждать, что представители поколения от 18 до 35 лет, которое можно рассматривать в рамках данной работы как «младшее» отличаются от поколения от 35 лет и более, которое можно рассматривать в рамках данной работы как «старшее», более восприимчивы и толерантны к чуждой для них культуры. Так, на вопрос «Интересны ли Вам другие культуры, их традиции и обычаи?» 68 % респондентов в возрасте от 18 до 35 лет ответили утвердительно, 32 % опрошенных ответили «нет». 42 % респонденты более старшего возраста (от 35 лет и более) проявляют интерес к культурам других народов, 58 % опрошенных этой группы дали отрицательный ответ.

Готовность обучаться или работать в коллективе с представителем другой национальности отметили 22 % молодежи (остальные респонденты этой группы дали следующие ответы: «нейтрально» – 64 %. «отрицательно» – 14 %). Среди

опрошенных старше 35 лет и более готовность к сотрудничеству выразили 8 %, нейтральное отношение указали 71 %, 21 % респондентов дали отрицательный ответ.

На вопрос «Как Вы считаете, следует налаживать контакты и коммуникацию с другими культурами (национальностями) или нет?» представители «младшего» поколения дали такие варианты ответов: «да, нужно активно контактировать с другими культурами и национальностями» – 28 %; «меня устраивает текущее положение дел» – 57 %; «нет., нужно ограничить контакты с другими культурами (национальностями)» – 15 %. Представители «старшего» поколения ответили соответственно так: 6 %; 72 %; 22 %.

Таким образом, представители «младшего» поколения демонстрируют меньшую конформность и с большим доверием, нежели представители «старшего» поколения относятся к другим народностям. Доказательства этому можно увидеть в результатах опроса, представленных выше по процентному соотношению ответов.

Отметим, что готовность к «диалогу культур» как к форме межкультурного взаимодействия наиболее выражена «младшим» поколением. Оно демонстрирует расположенность к общению и коммуникации, большую восприимчивость к взаимопроникновению традиций и обычаев культуры своей и чужеродной. Кроме того, «младшее» поколение более склонно считать «диалог культур» важной формой межкультурного взаимодействия.

Наряду с «диалогом культур» возможны и другие формы межкультурного взаимодействия отдельной личности и групп людей. Вхождение в культурную традицию, освоение норм и правил другой культуры предполагает познание её наследия, имеет определенный спектр ограничений поведения, а также правила регуляции эмоциональной сферы человека, уже сформированного на базе своей культуры. Освоение человеком иной

культурной традиции побуждает его, с одной стороны, приспособляться к новым нормам и правилам, а с другой, усваивая новый культурный мировоззренческий «формат», человек определенным образом обособляется в окружающем его обществе.

Резюмируя, отметим, что «диалог культур» как форма межкультурного взаимодействия представляет собой процесс взаимопроникновения культуры одного человека или группы людей в другую, взаимоусвоение культурных ценностей и норм поведения и, как следствие, изменение взаимоотношений между сообществами людей, обусловленных культурными различиями.

**Библиографический список**

1. Библер В. С. Культура. Диалог культур (опыт определения) // Вопросы философии, 1989. – № 6. – С. 31– 42.
2. Колесникова Л. Н. Соотношение понятий: диалог культур, межкультурная коммуникация и межкультурное общение. URL: [https://dspace.kpfu.ru/xmlui/bitstream/handle/net/108167/ryilvtm2016\\_183\\_187.pdf?sequence=-1](https://dspace.kpfu.ru/xmlui/bitstream/handle/net/108167/ryilvtm2016_183_187.pdf?sequence=-1) (дата обращения: 31.07.2022).
3. Костомаров В. Г., Прохоров Ю. Е. Язык и «язык культуры» в межкультурном общении. – М.: Русский язык, 1998. – 128 с.
4. Лихачёв Д. С. Преодоление времени. Важные мысли и письма (сборник). – М.: АСТ, 2016. – 403 с.
5. Рождественский Ю. В. Введение в культурологию. – М.: ЧеРо, 1996. – 287 с.
6. Рыженков В. В. Проблема межкультурного взаимодействия в историческом аспекте // Мир науки. Педагогика и психология. 2019. № 2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problema-mezhkulturnogo-vzaimodeystviya-v-istoricheskom-aspekte> (дата обращения: 31.07.2022).

© Саратовцева Н. В., Котовский Р. И.,  
2022



УДК 342(5)

## НЕКОТОРЫЕ ПРОБЛЕМЫ АДМИНИСТРАТИВНО-ПРАВОВОГО СТАТУСА ГРАЖДАНСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО СЛУЖАЩЕГО

М. А. Демидова

*Бакалавр, e-mail: mari.demidova99@mail.ru,  
Орловский государственный университет  
им. И. С. Тургенева,  
г. Орел, Россия*

## ACTUAL PROBLEMS OF THE ADMINISTRATIVE AND LEGAL STATUS OF A CIVIL SERVANT

M. A. Demidova

*Bachelor in Law, e-mail: mari.demidova99@mail.ru,  
Oryol State University named after I. S. Turgenva,  
Oryol, Russia*

---

**Abstract.** The article deals with the issues of establishing a ban on the acquisition of securities by civil servants, based on the legislation and judicial practice. The authors discuss the existing conflicts in the current legislation of the civil servant's obligation to transfer securities to the trust management: in the event of a situation of conflict of interest or without it. The authors come to the conclusion that it is necessary for civil servants to transfer shares and other securities to trust management regardless of the probability of a conflict of interest.

**Keywords:** public civil service; prohibitions; securities; trust management anticorruption; conflict of interest.

---

Под правовым статусом личности понимается юридически закрепленное положение человека в обществе, его права и свободы, обязанности и ответственность, установленные законодательством и гарантируемые государством [1, с. 480–481].

Проблематика правового статуса административно-правового государственного служащего обусловлена особой актуальностью.

Актуальность проблематика обусловлена тем, что эффективность деятельности государственного служащего определяется гарантиями реализации его правового статуса в полном объеме.

На сегодняшний день, в рассматриваемой сфере в качестве ключевой проблемы можно назвать некоторые недостатки в организации государственной службы: отсутствие системы надежных контактов с гражданами и их объединениями, рас-

тущее недоверие общества к чиновникам и институтам государства; организационная и коллективная безответственность; бюрократический централизм.

Наличие указанных проблем становится возможным в силу неполноты реализации правового статуса государственного служащего.

Справедливо отмечает Д. Б. Минигулова, что успешное государственное управление возможно лишь на основе нормативной полноты и урегулированности административно-правового статуса гражданских служащих, при условии его последовательной практической реализации [2, с. 7].

В соответствии с нормами ст. 3 Федерального закона «О государственной гражданской службе Российской Федерации» от 27.07.2004 № 79-ФЗ государственная гражданская служба вид госу-

дарственной службы, представляющей собой профессиональную служебную деятельность граждан Российской Федерации на должностях государственной гражданской службы Российской Федерации по обеспечению исполнения полномочий федеральных государственных органов, государственных органов субъектов Российской Федерации, лиц, замещающих государственные должности Российской Федерации, и лиц, замещающих государственные должности субъектов Российской Федерации [3].

Справедливо отметить, что государственный гражданский служащий является особым субъектом правоотношений, поскольку его деятельность характеризуется высокой степенью ответственности перед обществом и государством.

В этой связи законодателем вводятся высокие требования к лицам претендующим на замещение должностей государственной службы.

Так в соответствии со ст. 17 ФЗ «О государственной гражданской службе Российской Федерации» служащему запрещается осуществлять коммерческую и предпринимательскую деятельность, направленную на извлечение прибыли.

Логика законодателя представляется закономерной, поскольку такие меры направлены на пресечение ситуаций, при которых служащий в силу своих полномочий, будет применять их в целях получения прибыли, что в свою очередь является недопустимым.

Кроме того служащему запрещается иметь ценные бумаги при условии конфликта интересов.

Вместе с тем, согласно ч. 2 ст. 17 Федерального закона от 27.07.2004 № 79-ФЗ «О государственной гражданской службе Российской Федерации», ч. 7 ст. 11 Федерального закона от 25.12.2008 № 273-ФЗ «О противодействии коррупции», если владение гражданским служащим ценными бумагами (долями участия, паями в уставных капиталах организаций) приводит или может привести к конфликту ин-

тересов, он обязан их передать в доверительное управление в соответствии с гражданским законодательством.

Под конфликтом интересов понимается ситуация, при которой личная заинтересованность государственного служащего (возможность получения доходов в виде денег, имущества, услуг имущественного характера служащим или его родственниками) влияет или может повлиять на надлежащее, объективное и беспристрастное исполнение им служебных обязанностей.

Так представляется довольно интересным правовая позиция изложенная в Обзоре практики правоприменения в сфере конфликта интересов № 5 «Обзор практики применения законодательства Российской Федерации о противодействии коррупции по вопросам предотвращения и урегулирования конфликта интересов».

В обзоре приводится ситуация при которой госслужащий намеревался приобрести через брокера акции публичных российских компаний и облигации федерального займа.

В этой связи им было направлено уведомление в соответствующую комиссию по установлению конфликта интересов.

Однако, исходя из полномочий должностного лица комиссией установлено отсутствие возможности оказания им влияния на доход организации, с которой данное лицо связано корпоративными отношениями.

На основании вышеизложенного комиссией принято решение об отсутствии личной заинтересованности должностного лица, которая бы влияла или могла повлиять на надлежащее, объективное и беспристрастное исполнение им должностных (служебных) обязанностей (осуществление полномочий).

При этом комиссией было установлено, что отсутствие конфликта интересов возможно только в случае отсутствия возможности в управления делами корпорации, за исключением случаев, указанных в пункте 3 части 1 статьи

17 Федерального закона от 27 июля 2004 г. № 79-ФЗ «О государственной гражданской службе Российской Федерации».

Установление конфликта интересов у госслужащего осуществляется как правило на основании конкретных обстоятельств дела, при этом четких рекомендаций, на примере конкретной ситуации, в настоящее время не представляется.

При этом указанная ситуация осложняется противоречиями заключенным в ФЗ «О противодействии коррупции».

В ч. 7 ст. 11 Федерального закона «О противодействии коррупции» говорится о безусловной обязанности государственного служащего передать принадлежащие ему ценные бумаги, акции в доверительное управление в целях предотвращения конфликта интересов.

Буквальное толкование нормы иллюстрирует причинно-следственную связь между наличием ценных бумаг у госслужащего и конфликтом интересом, а именно наличие ценных бумаг является уже фактором устанавливающим конфликт интересов.

В этой связи госслужащий на момент поступления на службу, а именно издания приказа, должен передать свои ценные бумаги в доверительное управление в соответствии с гражданским законодательством Российской Федерации.

Таким образом, возможность полноценного участие в обороте ценных бумаг госслужащий приобретает с момента потери указанного статуса, а именно приказа

о прекращении им государственной гражданской службы.

Проведенный анализ позволяет сделать следующие выводы: в законодательстве о государственной службе применительно к различным ее видам используются разные формулировки запрета на приобретение государственными служащими ценных бумаг, по которым может быть получен доход, и необходимости их передачи в доверительное управление в случае возникновения конфликта интересов.

Указанная ситуация свидетельствует о необходимости применения конкретизации отдельных положений ФЗ «О государственной гражданской службе».

Предлагается закрепить критерии аффилированности деятельности государственного гражданского служащего в отношении предприятий, ценные бумаги которых находятся у служащего.

#### Библиографический список

1. Теория права и государства / под ред. В.В. Лазарева. С. 480–481.
2. Минигулова Д.Б. Административно-правовой статус государственных гражданских служащих и проблемы его реализации: автореф. дис. ... докт. юр. наук / Д.Б. Минигулова. – М., 2012. 47 с.
3. О государственной гражданской службе Российской Федерации. Федеральный закон от 27.07.2004 № 79-ФЗ // Собрание законодательства РФ. 02.08.2004. № 31. Ст. 3215.

© Демидова М. А., 2022

УДК 347(93)

**АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ПРИМЕНЕНИЯ ОБЕСПЕЧИТЕЛЬНЫХ МЕР  
В РАМКАХ ГРАЖДАНСКОГО СУДОПРОИЗВОДСТВА****С. Ф. Тимофеева***Бакалавр, e-mail sofiam2015@yandex.ru,  
Орловский государственный университет  
им. И. С. Тургенева,  
г. Орел, Россия***CURRENT PROBLEMS ENFORCEMENT OF INTERIM MEASURES  
IN CIVIL PROCEEDINGS****S. F. Timofeeva***Bachelor in Law, e-mail sofiam2015@yandex.ru,  
Oryol State University named after I. S. Turgeneva,  
Oryol, Russia*

**Abstract.** This article highlights the key problems of the application of interim measures from the point of view of judicial practice. The existence of these problems is in fact a serious obstacle to the implementation of effective judicial proceedings.

The article presents proposals for solving the identified problems from the point of view of the timeliness of judicial measures. These problems need serious rethinking at the legislative level. As solutions, it is proposed to reduce the procedural time for appealing judicial measures, as well as expand the powers of the plaintiff.

**Keywords:** right court judicial measures; deadlines; timeliness.

Ключевой задачей судопроизводства в России является обеспечение, восстановление и соблюдение прав лиц, участвующих в гражданских правоотношениях. Настоящее процессуальное законодательство представляет собой совокупность гарантий на справедливое и беспристрастное правосудие, которое осуществляется в соответствии с предусмотренными принципами и задачами.

Важной проблемой в применении обеспечительных мер является низкая эффективность, а именно их принятие не гарантирует реальность исполнения решения суда.

В результате чего повышается уровень правового нигилизма, а также снижается уровень осуществления правосудия в стране.

Поэтому важнейшим инструментом на пути преодоления указанной проблемы является процедура принудительного исполнения судебных решений.

Представленная процедура является совокупностью процедур, которые

представляют собой осуществление государственными органами правоприменительной деятельности в рамках предусмотренной законом компетенции.

Такие органы выполняют действия направленные на исполнение принятых и вступивших в законную силу судебных актов.

Однако на практике случаются ситуации, в которых действия уполномоченных органов являются бессмысленными, т.к. например ответчик произвел отчуждения всего своего имущества, на которое могло бы быть обращено взыскание.

В качестве примера можно привести Определение Верховного суда РФ от 16.07.2019 по делу 19-КГ19-9.

На основании решения Петровского районного суда Ставропольского края от 19 июня 2018 г. взыскателю Чеботаревой М. А. выдан исполнительный лист в отношении должника [2].

В ходе проведения исполнительных действий стало известно, что за Ответчиком зарегистрированных транспортных

средств нет, спорный автомобиль восемь месяцев назад переоформлен на нового собственника. Поэтому судебный пристав вынес постановление об окончании исполнительного производства и вернул взыскателю исполнительный документ в связи с невозможностью его исполнения [3].

Приведенный пример наглядно показывает важность своевременного наложения обеспечительных мер. В случае непринятия или несвоевременного принятия обеспечительных мер данный институт теряет свое процессуальное значение.

Именно институт обеспечения иска и обеспечительные меры выступают гарантом исполнения будущего решения суда (ст. 139 ГПК РФ, ст. 90 АПК РФ).

Обратившись в суд, заинтересованное лицо ожидает, что его нарушенное право или охраняемый законом интерес будут защищены судом не только вынесением законного и обоснованного решения, но и полным, реальным восстановлением.

Поэтому ключевой задачей обеспечения иска является необходимость расширения полномочий истца (потенциального взыскателя или реального взыскателя) в рамках процессуального законодательства, а также в рамках исполнительного производства.

Применение института обеспечения иска основано на соблюдении принципа добросовестности и состязательности сторон. Однако вопрос о применении обеспечения иска с целью соблюдения данных принципов представлялся в науке практике дискуссионным.

Основной причиной такого дискурса стал вопрос соблюдения баланса интересов сторон, который до сих пор не нашел полного решения в судебной практике.

Так, В. И. Миронов отмечает, что обеспечение иска определяет как «совокупность мер, обеспечивающих реальность исполнения будущего судебного или арбитражного решения» [1, с. 69].

В соответствии с положениями ГПК РФ и Федерального закона от 02.10.2007

№ 229-ФЗ «Об исполнительном производстве» принудительное исполнение судебных актов возлагается на Федеральную службу судебных приставов России, в связи с чем конкретное имущество, принадлежащее ответчику, на которое может быть наложен арест, будет определяться судебным приставом-исполнителем на стадии исполнения определения суда.

Однако законодательство об исполнительном производстве допускает возможность неисполнения решения суда, в связи с невозможностью его исполнения.

Такое положение является не совсем допустимым в рамках правового государства.

В этой связи возникает объективная необходимость расширения полномочий взыскателя в рамках исполнительного производства, а именно возможность взаимодействия взыскателя с службой судебных приставов в поиске имущества должника, а также обращения взыскания на это имущество.

Также рассматривая вопрос о своевременности принятия обеспечительных мер, представляется необходимым обратиться к некоторым положениям Гражданского процессуального кодекса РФ.

Согласно ст. 142 ГПК РФ определение суда об обеспечении иска приводится в исполнение немедленно в порядке, установленном для исполнения судебных постановлений. На основании определения суда об обеспечении иска судья выдает истцу исполнительный лист и направляет ответчику копию судебного определения.

Особенно интересным представляется формулировка законодателя. Исходя из буквального толкования норм, можно сделать вывод о том, что законодательно не разделено исполнение и принудительное исполнение определения суда о применении обеспечительных мер. Такая позиция является по нашему мнению справедливой и понятной.

Главной задачей является своевременное принятие действия для наложения обеспечительных мер. Как правило, опре-

деления суда о применения обеспечительных мер вступают в законную силу с момента их принятия.

Соответственно заинтересованное лицо с этого момента уже может обратиться с заявлением о выдаче исполнительного листа, предъявить его на исполнение судебному приставу.

Однако такая процедура может быть осложнена, оспариванием должником такого определения, которое происходит посредством предъявления частной жалобы в рамках гражданского процесса и апелляционной жалобой в рамках арбитражного процесса. Срок на обжалование установлен в силу ГПК РФ – 15 дней.

В результате чего выданный такой исполнительный лист до истечения срока обжалования определения о наложении обеспечительных мер приведет к его отзыву, что следовательно приведет к увеличению сроков рассмотрения спора и возможности исполнения решения в целом.

В этой связи будет справедливым сократить процессуальные сроки на обжалования определения о принятии обеспечительных мер.

Кроме того, при заявлении требований о наложении ареста на имущество, судом может быть отказано по мотиву неуказания конкретного имущества, подлежащего аресту.

При этом нормы процессуального закона не предусматривают обязанность суда при принятии данной обеспечительной

меры указывать конкретный перечень имущества, подлежащего аресту.

Таким образом, закон не связывает применение судом мер по обеспечению исполнения решения суда с наличием или отсутствием у суда сведений о конкретном имуществе, на которое может быть наложен арест.

В настоящей статье были освещены ключевые проблемы применения обеспечительных мер с точки зрения судебной практики.

Наличие названных проблем в действительности является серьезным препятствием на пути осуществления эффективного судопроизводства.

Поэтому представляется логичным пересмотр данных проблем как на теоретическом уровне, так и на законодательном уровне.

#### Библиографический список

1. Миронов, В. И. Гражданский процесс / В.И. Миронов. – М.: Эксмо, 2016.с.148.
2. Справочная правовая интернет-система КонсультантПлюс [Электронный ресурс]. – Режим доступа <http://www.consultant.ru> (дата обращения 17.07.2022).
3. Официальный сайт Право РУ [Электронный ресурс]. – Режим доступа <https://pravo.ru/story/214099/> (дата обращения 17.07.2022).

© Тимофеева С. Ф., 2022

## РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ УРОВНЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ ПО МЕТОДУ А. АЗБЕЛЬ СРЕДИ СТУДЕНТОВ СПО

А. Р. Голубев

*магистрант, e-mail: golubev.a.r@yandex.ru,  
Вятский государственный университет,  
г. Киров, Россия*

## THE RESULTS OF THE STUDY OF PROFESSIONAL IDENTITY BY THE METHOD OF A. AZBEL AMONG STUDENTS OF SPO

A. R. Golubev

*Master's student, e-mail: golubev.a.r@yandex.ru,  
Vyatka State University,  
Kirov, Russia*

---

**Abstract.** The article describes the methodology of studying the level of professional identity among students of secondary vocational educational institutions using the method of A. Azbel, presents the results of the analysis.

**Keywords:** professional identity; professional education; profession; career.

---

В современных социально-экономических условиях среднее профессиональное образование актуально. Студенты СПО составляют значительную часть студенческой аудитории. Прикладной характер получаемых знаний, сокращенный срок обучения, отсутствие вступительных испытаний нередко становятся решающими факторами при выборе среднего специального образования.

Возникает противоречие между потребностью общества в профессиональных кадрах и нежеланием большинства выпускников работать по специальности. Нередко это связано размытостью профессиональных перспектив, с несформированной профессиональной идентичностью или даже ее отсутствием у будущих специалистов.

Между тем развитие и модернизация подготовки специалистов в системе среднего профессионального образования является одной из ключевых проблем современной науки и практики.

Таким образом, на основе анализа научно-исследовательской литературы, изучения современного опыта подготовки специалистов в условиях среднего профессионального образования определено исследовательское поле, обозначившее круг вопросов по изучению развития профессиональной идентичности студентов средних специальных учебных заведений.

В соответствии с результатами исследований, около половины выпускников учреждений СПО не трудоустраивается по специальности. Одним из ключевых факторов отрицательного влияния является низкая степень профессиональной идентичности у студентов-выпускников. Основываясь на том, что объем населения, получающего нерелевантное будущей профессиональной деятельности образование, достаточно высок, а преобладающим источником финансирования обучения в области СПО является бюджетное, считаю, что проблема актуальна и требует решения для повышения объема целевого обучения и дальнейшего трудоустройства

по выбранной специальности и увеличения степени обученности трудового населения, а так же уменьшения объема нецелевого государственного финансирования в области образования [14, дата обращения 31.03.2020].

Для определения уровня профессиональной идентичности и степени удовлетворенности профессиональной деятельностью были применены анкетирование и личный опрос, по результатам которого были внесены данные по показателям посредством коллегиальной экспертной оценки результатов каждого участника.

Анкета опросник состоит из 20 вопросов на основе методики А. А. Азабель. Для каждого среза в течение периода участия вопросы переформулируются и изменяется их очередность во избежание искажения результатов исследования.

После заполнения анкеты опросника психологи проводят устный опрос по методике А. А. Азбель.

Данный метод диагностики был выбран, как стандартизированный закрытый опросник, позволяющий быстро и массово определять статус профессиональной идентичности. Цель этого диагностического инструмента заключается в выявлении количественного уровня выраженности каждого из четырех статусов профессиональной идентичности, что дает большой объем информации, простой в переносе на количественные показатели. Статусы профессиональной идентичности с описанием и системой оценки представлены в таблице 1, 2, 3, 4. [17, дата обращения 31.01.2020].

*Таблица 1*

**Статус неопределенное состояние профессиональной идентичности**

Статусы ПИ	Характеристика статусов	Суммы баллов	Степень выраженности статуса
Неопределенное состояние профессиональной идентичности	Состояние характерно для учащихся, которые не имеют прочных профессиональных целей и планов и при этом не пытаются их сформировать, выстроить варианты своего профессионального развития. Чаще всего этим статусом обладают подростки, родители которых не хотят или не имеют времени проявлять активный интерес к профессиональному будущему своих детей. Такой статус бывает и у подростков, привыкших жить текущими желаниями, недостаточно осознающих важность выбора будущей профессии	0-3	Статус не выражен
		4-7	Выраженность ниже среднего уровня
		8-11	Средняя степень выраженности
		12-15	Выраженность выше среднего уровня.
		16 баллов и выше	Ярко выраженный статус



Таблица 2

**Статус навязанная профессиональная идентичность**

Навязанная профессиональная идентичность	Это состояние характерно для человека, который выбрал спой профессиональный путь, но не путем самостоятельных размышлений, а прислушавшись к мнению авторитетов: родителей или друзей. На какое-то время это, как правило, обеспечивает комфортное состояние, позволяя избежать переживаний по поводу собственного будущего. Но нет никакой гарантии, что выбранная таким путем профессия будет отвечать интересам и способностям самого человека. Поэтому такой выбор в дальнейшем вполне может привести к разочарованию	0-4	Статус не выражен
		5-9	Выраженность ниже среднего уровня
		10-14	Средняя степень выраженности
		15-19	Выраженность выше среднего уровня
		20 баллов и выше	Ярко выраженный статус

Таблица 3

**Статус мораторий (кризис выбора)**

Мораторий (кризис выбора)	Такое состояние характерно для человека, исследующего альтернативные варианты дальнейшего профессионального развития и активно пытающегося выйти из этого состояния, приняв осмысленное решение о своем будущем. Эти юноши и девушки размышляют о возможных вариантах профессионального развития, примеряют на себя различные профессиональные роли, стремятся как можно больше узнать о разных специальностях и путях их получения. На этой стадии нередко складываются неустойчивые отношения с родителями и друзьями: полное взаимопонимание может быстро сменяться непониманием, и наоборот. Как правило, большая часть людей после «кризиса выбора» переходит к состоянию сформированной идентичности, реже к навязанной идентичности	0-4	Статус не выражен
		5-9	Выраженность ниже среднего уровня
		10-14	Средняя степень выраженности
		15-19	Выраженность выше среднего уровня
		20 баллов и выше	Ярко выраженный статус

Таблица 4

**Статус сформированная профессиональная идентичность**

Сформированная профессиональная идентичность	Эти юноши и девушки характеризуются тем, что они готовы совершить осознанный выбор дальнейшего профессионального развития или уже его совершили. У них присутствует уверенность в правильности принятого решения об их профессиональном будущем. Этим статусом обладают те юноши и девушки, которые прошли через «кризис выбора» и самостоятельно сформировали систему знаний о себе, о профессиональных ценностях и жизненных убеждениях. Они могут осознанно выстраивать свою жизнь потому, что определились, чего хотят достигнуть	0-2	Статус не выражен
		3-5	Выраженность ниже среднего уровня
		6-8	Средняя степень выраженности
		9-11	Выраженность выше среднего уровня
		12 баллов и выше	Ярко выраженный статус

В результате комплексного анализа каждому из участников проекта присваивается статус профессиональной идентичности в рамках данной методики. Те студенты, которым по результатам диагностики был присвоен статус «сформированная профессиональная идентичность» попадают в положительную оценку.

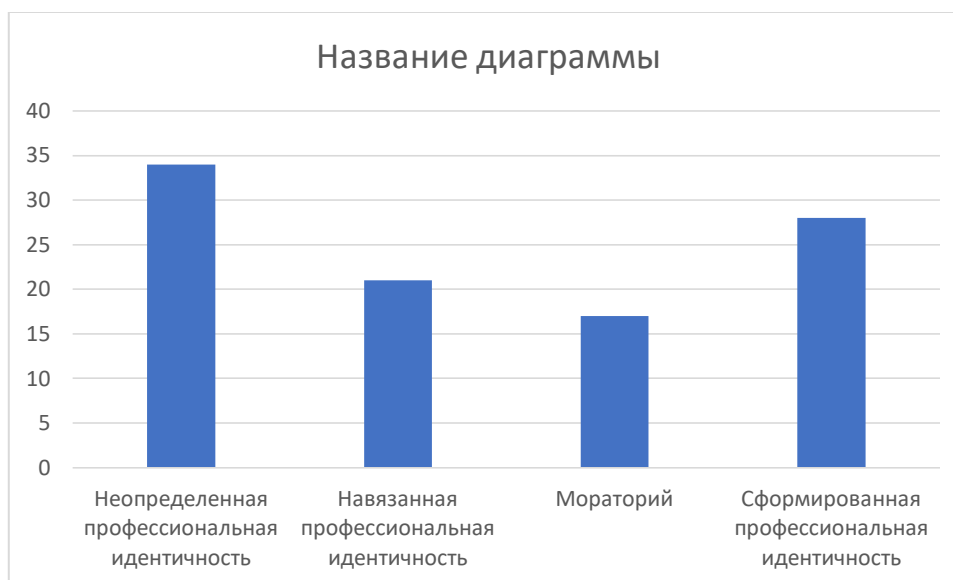
Для участия в пилотном проекте были отобраны студенты тех групп, которые уже имеют представление о профессиональной деятельности, то есть проходили практику на профильных предприятиях и/или параллельно с обучением работают по осваиваемой специальности.

Для получения базового значения по показателю процент трудоустройства выпускников по специальности был взят средний показатель трудоустройства выпускников всех специальностей за последние 3 года на основе данных центра содействия трудоустройству и телефонного опроса выпускников прошлых лет.

Для участия было отобрано 100 студентов из групп различных направлений

обучения. Сбор данных проходил вышеописанным методом в период с 1.10.2020 по 1.11.2020 на базе обособленного подразделения ГАПОУ ТК № 24. Результаты сбора базовых значений представлены на рисунке 1.

Таким образом, на основании данных, собранных в процессе производственной практики, можно сделать вывод о том, что студенты СПО зачастую испытывают затруднения с формированием профессиональной идентичности как в рамках обучения и производственной практики, так и на последующем месте работы, что в свою очередь влияет на длительность этапа адаптации в рабочих условиях, объем студентов, отказавшихся от работы по направлению образования, полученного в рамках СПО, поэтому данный проект актуален и требует комплексного исследования и развития с целью повышения выше обозначенных показателей.



*Рис. 1. Результаты сбора данных для получения базовых значений*

Это приведет к повышению профессиональной идентичности учащихся, повышению степени удовлетворенности профессиональной деятельностью и, как следствие, к повышению процента трудоустройства по специальности, что в свою очередь снизит объем нецелевого финансирования за счет государственного бюджета, повышению количества квалифицированных кадров, успешно адаптировавшихся в профессиональной среде, что повлияет на производительность труда в целом и будет иметь влияние на рост экономических показателей страны.

**Библиографический список**

1. «ГОСТ 7.32-2017. Межгосударственный стандарт. Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Отчет о научно-исследовательской работе. Структура и правила оформления» (введен в действие Приказом Росстандарта от 24.10.2017 N 1494-ст)
2. Постановление правительства Российской Федерации «Об организации проектной деятельности в Правительстве Российской Федерации» от 31 октября 2018 N 1288.
3. Федеральные государственные образовательные стандарты [<http://fgosvo.ru/>]
4. Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации» от 29.12.2012 N 273-ФЗ.
5. Абельс Х. Интеракция, идентичность, презентация. – СПб.: Наука, 2001. – 57 с.
6. Шнейдер Л.Б. Профессиональная идентичность: теория, эксперимент, тренинг : учебное пособие. – М.: Издательство Московского психолого-социального института; Воронеж: Издательство НПО «МОДЭК», 2004. – 600 с.
7. Родыгина У.С. Психологические особенности студентов с различным уровнем профессиональной идентичности // Вестник КГУ им. Н. А. Некрасова. № 1, 2007. – С. 95–98.
8. Петровский А., Петровский В. «Я» В «Других» и «другие « во «мне» // Популярная психология: хрестоматия. – М.,1990. – 303 с.
9. Хамитова И. Ю. Развитие профессиональной идентичности консультанта. – Режим доступа: <http://www.roman.by/r-97301.html>
10. Климов Е. А. Психология профессионального самоопределения. – Ростов-на-Дону, 2010. – 304 с.
11. Родыгина У. С. Психологические особенности профессиональной идентичности студентов. – Режим доступа: [http://psyjournals.ru/psyedu/2007/n4/Rodygina\\_full.shtml](http://psyjournals.ru/psyedu/2007/n4/Rodygina_full.shtml).
12. Проблема нерелевантности образования студентов СПО в РФ как тенденция современного образования // <https://www.elibrary.ru/> URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=43880741> (дата обращения: 31.01.2021).

13. Условия формирования профессиональной идентичности студентов // <http://journal.asu.ru/>  
URL: <http://journal.asu.ru/ralj/article/view/3.3>  
(дата обращения: 31.01.2021).
14. Процесс формирования профессиональной идентичности у студентов // <https://cyberleninka.ru/>  
URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/protsess-formirovaniya-professionalnoy-identichnosti-studentov/viewer> (дата обращения: 31.01.2021).
15. Методология исследования социально-профессиональной идентичности // <https://cyberleninka.ru/>  
URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/metodologiya-issledovaniya-sotsialno-professionalnoy-identichnosti/viewer> (дата обращения: 31.01.2021).
16. <https://dic.academic.ru/>  
URL: <https://dic.academic.ru/> (дата обращения: 31.01.2021).

© Голубев А. Р., 2022

УДК 37.012.2

**ПЕРИОДИЗАЦИЯ РЕФОРМЫ ОСНОВНОГО И ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО  
ОБРАЗОВАНИЯ В СССР ВО ВТОРОЙ ПОЛОВИНЕ 50-Х –  
НАЧАЛЕ 60-Х ГОДОВ XX ВЕКА****А. С. Дьячин**

*Старший преподаватель,  
ORCID 0000-0002-6742-0355,  
Балашовский институт,  
Саратовский государственный университет  
им. Н. Г. Чернышевского,  
г. Балашов, Саратовская область, Россия*

**PERIODIZATION OF THE REFORM OF BASIC AND ADDITIONAL EDUCATION  
IN THE USSR IN THE SECOND HALF OF THE 50S –  
EARLY 60S OF THE XX CENTURY****A. S. Dyachin**

*Senior leurer, ORCID 0000-0002-6742-0355,  
Balashovsky Institute, Saratov State University  
named after N. G. Chernyshevsky,  
Balashov, Saratov region, Russia*

---

**Abstract.** The article deals with issues related to the definition of the chronological framework of the reform of basic and additional education in the USSR during the years of N. S. Khrushchev's leadership. Based on the theoretical analysis of normative legal acts regulating the activities of the education system, the main stages of the reform are highlighted, the essential characteristics of each period are presented. The vector of the social order of society and the state of the Soviet Union of the second half of the 50s – early 60s of the last century in the field of education and upbringing of the younger generation is determined.

**Keywords:** education reform; regulatory framework; education paradigm; reform periodization; social order of society and the state.

---

В структуре современного общества система образования является важнейшим социальным институтом, который в значительной мере формирует ценностные ориентиры и мировоззрение не только отдельного индивида, но и всего социума. Государство, в рамках реализации своего социального заказа, возлагает на структуру образования функции сохранения национальной культуры и самосознания, обеспечения преемственности традиций, языка, истории народа. Также образование всегда выступает в роли ближайшего агента социализации подрастающего поколения, осуществляет передачу накопленных знаний.

Институт образования не может быть статичным и должен трансформироваться с учетом вызовов времени. Сегодня си-

стема образования в Российской Федерации находится в стадии обновления и модернизации, происходит поиск наиболее оптимальных путей организации учебно-воспитательного процесса. В таких условиях обращение к опыту прошлого приобретает особую актуальность.

**Целью исследования** является определение хронологических рамок реформы образования в СССР в годы руководства Н. С. Хрущева, основных этапов проведенных преобразований на основе теоретического анализа нормативно-правовых актов, регламентирующих данную область в рассматриваемый период.

**Цель исследования определила круг приоритетных задач:**

- провести теоретический анализ документов, определяющих порядок функ-

ционирования учреждений дошкольного, основного и дополнительного образования в Советском Союзе во второй половине 50-х – начале 60-х годов XX века;

- определить хронологические рамки реформы основного и дополнительного образования в СССР рассматриваемого периода;
- на основе ретроспективного метода выделить основные этапы проведенных преобразований;
- последовательно представить основное содержание модернизационных изменений каждого периода реформы.

**Научная новизна работы** заключается в том, что в результате проведенного исследования представлена оригинальная периодизация реформы основного и дополнительного образования в СССР во второй половине 50-х – начале 60-х годов прошлого столетия.

Во второй половине 50-х – начале 60-х годов XX века в СССР была проведена реформа основного и дополнительного образования, которая по своему содержанию была масштабной и глубоко проработанной – модернизационным процессам была подвергнута парадигма образования, изменились концептуальные подходы при организации учебно-воспитательного процесса, увеличились сроки обучения, появились новые типы школ, на новый, более качественный уровень, были выведены вопросы здоровьесбережения школьников и взаимодействия с законными представителями обучающихся, в практику учебного процесса было введено новое поколение методической литературы.

Необходимо отметить, что в качестве катализатора модернизации системы образования выступали как субъективные, так и объективные факторы. С 14 по 25 февраля 1956 года прошел XX съезд КПСС, на котором Н. С. Хрущев выдвинул тезис о необходимости структурного обновления системы народного образования Советского Союза, был намечен вектор будущей реформы [5, с. 72–73].

Социальный заказ общества и государства также был подвергнут существенной корректировке в связи с изменением общественно-политической ситуации, обусловленное определенной тенденцией либерализации, которая закрепились в сознании советских граждан как «оттепель». В 1950-х – 1960-х годах в стране проходила научно-техническая революция, для дальнейшего развития отечественной науки было необходимо модернизировать систему образования. Советская педагогика накопила огромный опыт, который требовал системного внедрения в практику учебно-воспитательного процесса общеобразовательных школ. Были созданы условия для качественного обновления парадигмы образования.

Развитие системы образования во многом определяется предшествующими периодами [12, с. 52]. Трансформацию системы образования необходимо анализировать, принимая во внимание особенности каждого исторического этапа, а становление института образования должно быть рассмотрено в логике государственных реформ. Выделение основных этапов реформы образования в СССР во второй половине 50-х – начале 60-х годов XX века базируется на теоретическом анализе нормативно-правовых актов, регламентирующих деятельность данной структуры.

Исследователи при определении конкретных хронологических рамок реформы охватывают широкий период – с октября 1952 года (на XIX съезде КПСС была озвучена идея политехнизации средней школы) до 1966 года (новое руководство Советского Союза провело ряд контрреформ в сфере образования). Проведенное исследование позволяет сделать вывод о том, что период 1952–1957 годов был скорее подготовительным, основные преобразования произошли в 1958–1959 годах, а период 1960–1963 годов стал завершающим этапом реформы.

В период 1952–1957 годов были заложены теоретические основы будущих изменений – сформулированы четкие зада-

чи, стоявшие перед системой образования, велась разработка новых учебных планов, готовилось к выпуску обновленное поколение методической литературы, проводилась активная пропаганда реформы. XIX съезд КПСС в своих решениях сделал акцент на необходимость изменений в структуре народного образования и выдвинул идею политехнизации средней школы.

Были сделаны и первые практические шаги в направлении будущих преобразований. Так, в учебный план 1–4 классов с 1954–1955 учебного года вводилась новая учебная дисциплина «Труд» [11]. В стране активно развернулось движение ученических производственных бригад, в которых разработчики реформы видели форму слияния теоретических знаний с практическими навыками обучающихся.

Высшее руководство СССР считало, что модель гендерной дифференциации при организации учебно-воспитательного процесса в общеобразовательных школах не соответствует задачам коммунистического воспитания подрастающего поколения. Совет Министров СССР в 1954 году издал постановление «О введении совместного обучения в школах Москвы, Ленинграда и других городов». Документ отмечал, что данный шаг в полной мере отражает пожелания родительской ответственности [7].

Во второй половине 50-х годов прошлого столетия в Советском Союзе наблюдалось повышение рождаемости, возникла необходимость массового строительства зданий для учреждений дошкольного образования. Уже в августе 1955 года была принята «Инструкция по охране жизни и здоровья детей в детских садах и на детских площадках». Данный нормативно-правовой акт включал в себя более тридцати положений, направленных на обеспечение безопасности при организации воспитательного процесса [4].

Огромное влияние на формирование новой нормативно-правовой базы, регла-

ментирующей образовательную отрасль, оказал XX съезд КПСС, проходивший в феврале 1956 года. Съезд не только определил задачи будущей реформы, но и выделил среди них наиболее важные и перспективные.

Важным социальным достижением рассматриваемого периода можно считать отмену платы за обучение в старших классах средних школ. Данный шаг был сделан в направлении реализации социального заказа государства, способствовал снижению дефицита в квалифицированных специалистах и обеспечивал наполняемость общеобразовательных школ.

Одним из центральных аспектов реформы являлся вопрос обеспечения качества образования. Были поставлены задачи повышения эффективности урока, как структурной единицы учебного процесса и методической грамотности практикующих учителей, более активного вовлечения законных представителей учащихся в процесс обучения и воспитания.

15 сентября 1956 года Совет Министров СССР принял постановление № 1290 «О мероприятиях, связанных с организацией школ-интернатов». Предполагалось, что новый тип школ в перспективе будет иметь всеобщность и должен был на практике доказать свою целесообразность. Реформа образования ставила перед собой задачу профилактики детской безнадзорности, которую предполагалось решать с помощью повышения эффективности внеурочной и внеклассной работы. В октябре 1957 года вышло постановление Совета Министров СССР «О мерах улучшения работы среди детей вне школы и предупреждения детской безнадзорности».

Таким образом, можно сделать вывод о том, что в период с 1952 по 1957 годы в Советском Союзе была проделана большая работа по подготовке основного этапа реформы структуры образования. Практические шаги были направлены на модернизацию системы образования с учетом

сложившейся общественно-политической обстановки.

Основной этап реформы общешкольного и дополнительного образования в СССР был проведен в 1958–1959 годах. В этот период были приняты нормативно-правовые акты, которые глобально перестроили модель системы образования. Преобразования, на основе принятого законодательства, затронули не только уровень основного, но и дошкольного и дополнительного образования, а также систему подготовки и переподготовки педагогических работников.

24 декабря 1958 года Верховный совет СССР принял закон «Об укреплении связи школы с жизнью и о дальнейшем развитии системы народного образования в СССР». Принятый документ указывал на решающую роль общеобразовательной школы в осуществлении культурной революции [2], выдвинул тезис о том, что образование является насущной потребностью для всех граждан Советского Союза [2]. Вместе с тем закон указывал на серьезные недостатки в работе системы образования [2].

Основной задачей общеобразовательной школы объявлялась подготовка учащихся к жизни, на всей территории страны законодательно вводилось всеобщее обязательное восьмилетнее образование [2]. Также документ предписывал расширить сеть школ-интернатов, улучшить воспитательную работу с подрастающим поколением, укрепить материальную базу школ, ликвидировать много сменность занятий и организовать производственное обучение [2].

На основе принятого закона и руководствуясь решениями XX съезда КПСС, Совет министров СССР разработал и утвердил постановление «Об утверждении положений о восьмилетней школе, средней общеобразовательной трудовой политехнической школе с производственным обучением и вечерней (сменной) средней общеобразовательной школе». Согласно документу, который вступил в силу 29 де-

кабря 1959 года, учебно-воспитательный процесс организовывался, основываясь на тесной связи обучения с жизнью. Постановление четко определяло порядок организации и функционирования школы. За каждым образовательным учреждением закреплялся район обслуживания, прописывался порядок взаимодействия с родительской общественностью [6].

Также принятый нормативно-правовой акт определял сроки начала и окончания учебного года, продолжительность каникул, предъявлял четкие требования к педагогическому составу школ [6]. Регламентировалась деятельность педагогических советов, создавались родительские комитеты [6]. Конкретно определялся правовой статус обучающихся – прописывались права и обязанности школьников, формы ученического самоуправления, меры поощрения и наказания [6]. Особое внимание документ уделял вопросам отчетности и финансирования.

Серьезные изменения в рассматриваемый период произошли в структуре дошкольного образования. Детские сады и ясли в августе 1959 года были объединены в организацию дошкольного образования «ясли – сад» [3]. Данный шаг был направлен на обеспечение преемственности и непрерывности процесса обучения. Активно велась разработка единой программы обучения и воспитания детей дошкольного возраста [3].

В 1958–1959 годах реорганизации была подвергнута работа системы дополнительного образования школьников на основе принятого «Примерного перечня умений и навыков пионеров». Учреждения дополнительного образования должны были строить свою работу, принимая во внимание индивидуальные особенности каждого ребенка, применять перспективные и инновационные педагогические методики, а также оказывать всестороннюю помощь общеобразовательной школе в организации учебно-воспитательного процесса [10].



Таким образом, можно сделать вывод, что в 1958–1959 годах в СССР была создана новая нормативно-правовая база, регламентирующая деятельность образовательной области. Теоретические положения реформы основного и дополнительного образования были реализованы на практике. Образовательная политика ориентировалась на выполнение социального заказа общества и государства. Реорганизация и модернизация системы образования с учетом вызовов времени затронула уровень основного, дошкольного и дополнительного образования.

В период 1960–1963 годов был проведен завершающий этап реформы. В эти годы законодательство в сфере образования было дополнено локальными и подзаконными актами, призванными конкретизировать принятые законы с целью ликвидации пробелов в правовом поле.

Для решения задачи политехнизации средней школы привлекался не только педагогический коллектив, но и руководители местных Советов, предприятий, а также партийные работники. В результате тесного сотрудничества с инженерно-техническими специалистами были разработаны новые планы учебных производственных практик [1, с. 132].

Центральный совет Всесоюзной пионерской организации принял постановление «О дальнейшем развитии инициативы и самостоятельности во Всесоюзной пионерской организации им. В. И. Ленина». Документ ставил своей целью повышение мотивации к обучению и создание условий для личного и профессионального самоопределения. Необходимо отметить, что программы дополнительного образования не оставались неизменными, а трансформировались с учетом вызовов времени.

Центральный комитет КПСС и Совет министров СССР в феврале 1960 года вынесли постановление «Об организации школ с продленным днем». Принятый документ указывал на необходимость расширения сети школ-интернатов и создания

школ с продленным днем, поскольку данные организации имели возможность организовать учебный процесс таким образом, чтобы школьники находились под наблюдением педагогов в течение всего дня [9].

Во второй половине 50-х – начале 60-х годов XX века произошло значительное расширение международных связей СССР. В таких условиях овладение иностранными языками приобретало особую актуальность. Совет министров СССР 27 мая 1961 года принял постановление «Об улучшении изучения иностранных языков», которое прямо указывало на недостатки при изучении иностранных языков в общеобразовательной школе [8]. Документ изменял существующую методику изучения предмета – усиливалась практическая составляющая курса, вводились факультативные занятия, в классах с наполнением более 25 человек организовывались две группы изучения языка [8].

С целью недопущения повышения недельной нагрузки школьников указом Президиума Верховного Совета СССР с 1962–1963 учебного года в общеобразовательных школах была отменена допризывная воинская подготовка [13]. Данная мера в значительной степени отражала изменения социального заказа государства.

В 1960–1963 годах прошел завершающий период реформы основного и дополнительного образования. В это время намеченные изменения получили свое логическое завершение и были реализованы на практике. Изменения и дополнения, внесенные в законодательство, были продиктованы вызовами времени.

#### **Проведенное исследование позволяет сделать ряд выводов:**

- теоретический анализ нормативно-правовых актов, регламентирующих функционирование и деятельность образовательной отрасли, позволяет достаточно четко определить хронологические рамки реформы основного и дополнительного образования в СССР – с 1952 по 1963 годы;

- в 1952–1957 годы были подготовлены основы будущих изменений, определены приоритетные направления реформы, а также сделаны практические шаги, направленные на повышение качества образовательного процесса;
  - основной этап реформы прошел в 1958–1959 годах. Принятые нормативно-правовые акты коренным образом изменили существовавшую структуру образования. Модернизационные процессы затронули уровень основного, дошкольного и дополнительного образования;
  - период 1960–1963 годов стал завершающим этапом преобразований. Теоретические положения концепции изменения парадигмы образования были реализованы на практике. Нормативно-правовая база, регламентирующая деятельность общеобразовательных школ, была расширена и дополнена локальными и подзаконными актами.
5. Коммунистическая партия Советского Союза в резолюциях и решениях съездов, конференций и пленумов ЦК (1898-1986): в 15 т. / ред. Б.В. Нарышкин. – М., 1983-1986. – Т. 9. 1956–1960. – М., 1986.
  6. Постановление Совмина РСФСР от 29.12.1959 №2027 Об утверждении положений о восьмилетней школе, средней общеобразовательной трудовой политехнической школе с производственным обучением и вечерней (сменной) средней общеобразовательной школе // Библиотека нормативно-правовых актов СССР. [Электронный доступ]. URL: [http://www.libussr.ru/doc\\_ussr/usr\\_5481.htm](http://www.libussr.ru/doc_ussr/usr_5481.htm) (дата обращения 01.07. 2022).
  7. Постановление Совета Министров СССР «О введении совместного обучения в школах Москвы, Ленинграда и других городов» // Газета «Правда» 1954. 18 июля. С. 1.
  8. Постановление Совета министров СССР № 468 от 27 мая 1961 года «Об улучшении изучения иностранных языков» // Библиотека нормативно-правовых актов СССР. [Электронный доступ]. URL: [http://www.libussr.ru/doc\\_ussr/usr\\_5690.htm](http://www.libussr.ru/doc_ussr/usr_5690.htm) (дата обращения 29.07. 2022).
  9. Постановление ЦК КПСС и Совета министров СССР № 182 от 15 февраля 1960 года «Об организации школ с продленным днем» // Библиотека нормативно-правовых актов СССР. [Электронный доступ]. URL: [http://www.libussr.ru/doc\\_ussr/usr\\_5500.htm](http://www.libussr.ru/doc_ussr/usr_5500.htm) (дата обращения 29.07. 2022).
  10. Примерный перечень умений и навыков пионеров // Газета «Молодой ленинец». 1958. 1 августа. С. 1-2.
  11. Пыжиков, А. В. Реформирование системы образования СССР в период оттепели (1953–1964 гг.) // Вопросы истории. 2004. № 9. URL: <https://rabkrin.org/pyizhikov-a-v-reformirovanie-sistemyi-obrazovaniya-sssr-v-period-ottepeli-1953-1964-gg-statya/> (дата обращения 22.03.2022).
  12. Терехов А. Н. Система исторического образования в России: специфика эволюции в XX в. // Вестник Челябинской государственной академии культуры и искусств. 2009. № 1 (17). С. 51–61.
  13. Указ Президиума Верховного Совета СССР от 9 февраля 1962 года «Об отмене допризывной военной подготовки учащихся средних школ и средних специальных учебных заведений» // Библиотека нормативно-правовых актов СССР. [Электронный доступ]. URL: [http://www.libussr.ru/doc\\_ussr/usr\\_5787.htm](http://www.libussr.ru/doc_ussr/usr_5787.htm) (дата обращения 29.07. 2022).

#### Библиографический список

1. Барабина И. А. Гафурова В. М. Политехническое образование в общеобразовательной школе СССР во второй половине 1950-х – начале 1960-х годов // Вестник Удмуртского университета. 2016. Т. 26, вып.4. С. 129–134.
2. Закон 24.12.1958 года Об укреплении связи школы с жизнью и о дальнейшем развитии системы народного образования в СССР // Библиотека нормативно-правовых актов СССР. [Электронный доступ]. URL: [http://www.libussr.ru/doc\\_ussr/usr\\_5337.htm](http://www.libussr.ru/doc_ussr/usr_5337.htm) (дата обращения 16.05. 2022).
3. Инструкция о порядке объединения яслей и детских садов в единые дошкольные учреждения «ясли-сад» и комплектования их детьми. Утверждена Министерством просвещения РСФСР 22 августа 1959 года // Библиотека нормативно-правовых актов СССР. [Электронный доступ]. URL: [http://www.libussr.ru/doc\\_ussr/usr\\_5436.htm](http://www.libussr.ru/doc_ussr/usr_5436.htm) (дата обращения 28.07. 2022).
4. Инструкция по организации охраны жизни и здоровья детей в детских садах и на детских площадках. Утверждена министерством просвещения РСФСР 30 августа 1955 года // Библиотека нормативно-правовых актов СССР. [Электронный доступ]. URL: [http://www.libussr.ru/doc\\_ussr/ussr\\_5029.htm](http://www.libussr.ru/doc_ussr/ussr_5029.htm) (дата обращения 27.07. 2022).

© Дьячин А. С., 2022

УДК 37.014.544

**МОБИЛЬНОЕ ОБУЧЕНИЕ В СОВРЕМЕННОМ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ  
КОНТЕКСТЕ****И. В. Медведева**

*Старший преподаватель,  
ORCID 0000-0002-2428-9721,  
e-mail: irina.med.mgimo@gmail.com  
Московский государственный институт  
международных отношений,  
г. Москва, Россия*

**MOBILE LEARNING WITHIN THE MODERN EDUCATIONAL CONTEXT****I. V. Medvedeva**

*Senior lecturer  
ORCID 0000-0002-2428-9721,  
e-mail: irina.med.mgimo@gmail.com,  
Moscow State Institute of International Relations,  
Moscow, Russia*

---

**Abstract.** The article examines challenges of integrating ICT into the modern educational framework. It is noted that the use of mobile technologies in education has obvious advantages for both the teachers and the students. The problems of introducing mobile technologies into the learning process are analyzed, the steps that need to be taken to effectively use the potential of mobile learning are specified. The conclusion is made that the majority of students today are ready to use mobile technology, and the educational system needs to keep pace with the time.

**Keywords:** M-learning; ICT (information and communication technologies) in education; modernization of education.

---

Стремительное развитие общественных процессов и технологий требуют пересмотра образовательных парадигм: нынешние студенты рассчитывают, что процесс обучения любой профессии и дальнейшая специализация будут соответствовать их ожиданиям. Современные ИКТ позволяют внести значительные изменения в технологии и методики обучения, с учетом индивидуальных особенностей обучаемых, апелляции к их интересам и желаниям, что в результате повышает учебную мотивацию обеспечивает более эффективное усвоение знаний. Инновационное мышление – предпосылка модернизации образования и внедрения мобильного обучения.

Очевидно, что сегодня мобильное обучение является лишь дополнением к традиционным методам обучения и используется чаще всего в рамках дистанционного

образования. В условиях, когда актуальность профессиональных знаний и навыков устаревают и в течение нескольких лет, а во многих профессиональных сферах гораздо быстрее, необходимость обеспечения широкой доступности и непрерывности образования важны как никогда.

Национальный стандарт Российской Федерации в области Информационно-коммуникационных технологий в образовании [1] определяет мобильное обучение как «электронное обучение с помощью мобильных устройств, не ограниченное местоположением или изменением местоположения учащегося», таким образом, выделяя доступность и гибкость процесса образования как его основное достоинство.

Согласно Рекомендациям ЮНЕСКО по политике в области мобильного обучения [2] мобильное обучение имеет следующие уникальные преимущества: расши-

рение возможностей и обеспечение равного доступа к образованию, персонализация обучения, мгновенная обратная связь и оценка результатов обучения, обучение в любое время и в любом месте, эффективное использование времени, формирование новых сообществ учащихся, поддержка ситуационного обучения, развитие непрерывного обучения, обеспечение связи между формальным и неформальным обучением, минимизация последствий разрушения образовательного процесса в зонах военных конфликтов или стихийных бедствий, помощь учащимся с ограниченными возможностями, повышение качества коммуникации и управления, максимизация эффективности затрат.

Мобильные устройства – эффективный инструмент обучения молодого поколения; многие студенты «откровенно скучают на занятиях», если преподаватель использует исключительно традиционные методы обучения. К вышеперечисленным преимуществам современных методов обучения добавим несколько дополнительных факторов, делающих мобильное обучение привлекательным для современных студентов:

1. Развитие актуальных для современного специалиста мета-навыков (поиск информации и навыки критического мышления, и т.д.), необходимых в практической деятельности.

2. Динамичность, разнообразие и актуальность учебных материалов. В отличие от традиционных форм обучения, требующих значительного времени для адаптации учебных программ и материалов, мобильное обучение предоставляет огромный выбор ежедневно обновляющегося контента. Более того, преподаватель может создавать собственные учебные материалы и использовать их сразу, разместив в сети.

3. Разнообразие видов деятельности: выполнение предметных, сюжетных, ролевых, деловых, имитационных, творческих заданий онлайн мотивирует студентов и стимулирует интерес к прохожде-

нию программы, внося разнообразие в учебный процесс и снимая психологические барьеры, что создает комфортную образовательную среду.

4. Учет индивидуальных когнитивных способностей, потребностей и темперамента студента. Обучающийся самостоятельно выбирает род деятельности, соответствующий его уровню, темп выполнения заданий, а также форму предоставления учебного материала: одни лучше воспринимают визуальную (графики, схемы, таблицы и т.д.), другие – аудио- или видео уроки, что существенно влияет на успешность освоения материала.

5. Социальный аспект. Использование ИКТ не заменяет контактов с людьми. В мобильном учебном сообществе, когда студенту необходима информация, он может получить ее в ходе совместной работы с другими учащимися. Мобильное обучение предполагает не столько получение новой информации, сколько взаимодействие с другими участниками учебного процесса и расширение контактов в конкретной области, что позволяет поместить полученную информацию в контекст и стимулирует учащихся искать новые варианты осмысления данных.

6. Финансовая доступность. Учебные программы мобильного обучения общедоступны, предоставляются бесплатно или стоят гораздо дешевле, чем очное обучение.

7. Возможность использования мобильного обучения в самостоятельной работе [3].

Важно отметить, что при мобильном формате обучения использование мобильных устройств не самоцель, а лишь инструмент, так как основной целью мобильного обучения является обеспечение гибкости самого процесса обучения.

В «Рекомендации ЮНЕСКО по политике в области мобильного обучения» [2] перед образовательными институтами, среди прочих, поставлены следующие задачи: создание или обновление политики мобильного обучения, подготовка педаго-

гов к использованию мобильных технологий в повседневной практике, поддержка и подготовка педагогов с использованием мобильных технологий, создание и оптимизация образовательных ресурсов для использования на мобильных устройствах, содействие безопасному, ответственному и разумному использованию мобильных технологий, использование мобильных технологий для повышения качества управления коммуникациями и образовательным процессом.

Таким образом, мобильное обучение является закономерным инновационным процессом в системе образования. Внедрение этого типа образования требует усилий со стороны руководителей образования, методической работы ученых и преподавателей, а также самих студентов. Применение мобильных технологий в учебном процессе должно опираться на системный подход, обеспечивать реализацию определенных дидактических задач и целей и, как результат, интенсифицировать учебный процесс.

Однако, несмотря на повсеместное распространение мобильных устройств, очевидный интерес к мобильному обучению среди студентов, преподавателей и в научно-исследовательской среде, в настоящее время проблема внедрения мобильных технологий в процесс обучения на всех уровнях образовательного процесса сталкивается с рядом серьезных препятствий.

Большинство политик применения ИКТ в сфере образования сформулировано до того, как население стало активно использовать мобильные технологии, а, следовательно, в них не учитывается в полном объеме образовательный потенциал современных технологий. Если же в соответствующих политиках есть упоминание о мобильных технологиях, то зачастую это сделано с акцентом на «нерациональное» использование гаджетов в учебной аудитории (доступ к нежелательным ресурсам и материалам для развлечения, а не в учебных целях) или вреде, ко-

торый гаджеты наносят здоровью. Для того чтобы возможности мобильных и других ИКТ были эффективно интегрированы в процесс обучения, руководителям органов управления образованием необходимо актуализировать соответствующие политики.

Работа в данном направлении уже начата. Так, в «Стратегии развития информационного общества в РФ на 2017–2030 гг.» [4] определены основные направления развития информатизации системы образования, направленные на повышение уровня информационного общества. Кроме того, «Профессиональный стандарт педагога профессионального образования» [5] требует от педагога профессиональной образовательной организации «применять современные технические средства обучения и образовательные технологии, а при необходимости осуществлять электронное обучение, использовать дистанционные образовательные технологии, информационно-коммуникационные технологии, электронные образовательные и информационные ресурсы, с учетом специфики образовательных программ и требований федерального государственного образовательного стандарта (ФГОС)». Однако на практике преподаватели профессиональных образовательных организаций не всегда имеют достаточную подготовку для реализации поставленных задач.

Внедрение мобильных технологий в процесс обучения модифицирует три основные составляющие педагогического процесса: доступ к средствам обучения, формы реализации учебной интеракции и формы подачи учебного материала. В связи с этим для широкого внедрения мобильного обучения на уровне системы образования необходимо решить следующие задачи:

1. Обеспечить материально-техническое обеспечение учебных аудиторий и возможность снабжения мобильными устройствами всех учащихся.

2. Непрерывно повышать компьютерную грамотность преподавательского состава.

3. Поощрять научно-исследовательскую работу в данной области.

На уровне отдельного образовательного учреждения необходимо предпринять следующие шаги:

1. Обозначить цели и задачи курсов мобильного обучения. Провести опрос преподавателей и студентов для того, чтобы выяснить потребность в предоставлении соответствующих курсов. Определить формат подачи учебного материала (видеоуроки, подкасты, электронные учебные пособия и др.)

2. Под поставленную задачу подготовить контент: создать учебные материалы с нуля или адаптировать уже разработанные курсы.

3. Организовать непрерывное обучение преподавательского состава для использования современных мобильных технологий в профессионально-педагогической деятельности.

4. Выбрать платформу. Если вуз имеет такую возможность, разработать собственную онлайн платформу, в ином случае использовать доступные популярные ресурсы.

Современный уровень развития технологий, возможность их эффективного внедрения в сфере образования требует от преподавателя поиска путей максимального использования потенциала мобиль-

ных устройств для оптимизации учебного процесса. Очевидно, что внедрение мобильных технологий в учебный процесс воспринимается студентами как неоспоримое преимущество, но большинство преподавателей используют ИКТ недостаточно эффективно. К сожалению, мобильное обучение не получило в России должного распространения в силу ряда причин. Работникам сферы образования предстоит серьезная работа и перестройка сознания, в то время как студенты технически и психологически уже готовы к таким переменам.

#### Библиографический список

1. Национальный стандарт Российской Федерации в области информационно-коммуникационных технологий в образовании (<https://docs.cntd.ru/document/1200053103>) (дата обращения: 12.07.2022).
2. Рекомендациям ЮНЕСКО по политике в области мобильного обучения (<https://iite.unesco.org/pics/publications/ru/files/3214738.pdf>) (дата обращения: 12.07.2022).
3. Меркулов А. М. Обучение при помощи мобильных устройств – новая парадигма электронного обучения // Молодой ученый. – 2012. – № 3 (38). – С. 70–75. – URL: <https://moluch.ru/archive/38/4333/> (дата обращения: 12.07.2022).
4. Стратегия развития информационного общества в РФ на 2017–2030 гг.» <http://www.kremlin.ru/acts/bank/41919> (дата обращения 12.07.2022)
5. Профессиональный стандарт педагога профессионального образования (<https://docs.cntd.ru/document/420304273>) (дата обращения: 12.07.2022).

© Медведева И. В., 2022

UDC 378.016:37.01

**THE SIGNIFICANCE OF AUTHENTIC MATERIALS  
IN LANGUAGE TEACHING PROCESS****E. Yu. Ladonina***Candidate of Historical Sciences, assistant professor,  
ORCID 0000-0002-3369-3806,  
e-mail: e.ladonina@volsu.ru,  
Volgograd State University,  
Volgograd, Russia*

---

**Abstract.** The article reveals the significance of authentic materials as a specific kind of resources created for the purpose of language teaching and particularly Business English training purposes. It highlights why the authentic materials might be used in the language teaching process. The author also analyses the selection and ways of exploiting of such materials according to the students' needs in terms of their skills and language requirements.

**Keywords:** authentic material; training purposes; selection and exploitation of authentic materials; learners; language requirements; text materials; language activities; listening skills; reading skills; speaking skills; authentic audio and video materials.

---

As a whole, the authentic material is a kind of material taken from the real life and not created for the purpose of language teaching. It can be a text, video or audio material, or it can be objects such as products, equipment or models. The authentic material that is most useful for Business English training purposes is produced by companies for use by their staff or client information.

There are some reasons why the authentic material might be used in the language teaching process. First, the authentic texts have a number of features that are often lacking in the texts created for learning English. They exemplify the particular register to which they belong (for example, academic, legal or journalistic) and often contain specific terminology and sometimes typical organizational structures and sentence patterns. The language used in such texts reflects the specific purpose for which the material was created and targets of the learners for whom it was intended. Moreover, the authentic text includes the type of language which the learner may need to develop skills for understanding.

Second, the material may provide information about real-life situations or events. In this case it is the content of the material ra-

ther than the language which is useful for the teacher and learner.

It should be noted that when selecting the material, it is very important to keep in mind the three main aspects such as what learners it is for, what the training purpose is and how the material can be used. The ways of exploiting the material depend on its type and content and have to relate to the needs of the learners in terms of their skills and language requirements.

As a rule, text materials provide a model of authentic written language. Authentic audio and video materials provide a model of spoken language which differs in many features from written language [5].

The use of text materials should be seen in relation to the needs of the learners. Depending on its content, the text could be used for the language activities which focus on the vocabulary, structures or functions it contains. The teacher needs to think about what is most useful for the learners and whether they need to use this language or be able to recognize its meaning when reading. The language which is only found in written texts should not be the focus of an oral production activity.

However, many Business English learners require speaking and listening skills [4]. To provide this kind of practice, the text is to be adapted in some other way. For example, the text could be used by the teacher only for its information content. If the learners need listening skills rather than reading skills, the teacher could use the content of the text to present information orally to the learners. Moreover, texts (for example, magazine articles) can be used to stimulate discussion and practice summarizing or forecasting possible outcomes and making comparisons with their own experiences.

In general different types of text material can be evaluated in terms of which groups of learners could more benefit from using them, what teaching purposes (in terms of target language and skills) they could be used for and what kinds of activities can be developed to achieve the teaching purposes.

Summarizing these aspects the following types of text material can be underlined:

1. Books, journal and newspaper articles.

As a whole, books may have been written for study purposes at universities or may be aimed at people who want to improve their knowledge and skills. Some may be very academic, some more practical (for example, business books). It is worth noting that they are particularly useful for all kind of learners if the content is relevant. A prerequisite to setting a reading task based on a book extract or magazine article should be that the learner would be interested in reading the text if it were in his or her own language.

2. Pictures, charts, diagrams.

These are useful for producing language, not for providing a model (unless accompanied by a text). They appeal to learners who work a lot with visual material. Charts containing figures are appropriate for all kind of learners who have to present some results.

3. Advertisements.

Job advertisements can be used by the learners to apply for jobs in English. They should learn letter writing, preparation of a CV in English and even interview role plays. Product advertisements can be used for mak-

ing comparisons or discussing advertising techniques.

4. Company material:

- Annual reports. They usually contain company accounts, details of directors and company structure, changes made in the company in the previous year and a report on the financial standing of the company. These are especially useful for the learners to be able to present his or her own company.
- Correspondence. Letters may be formal or informal, and can have a range of different functions. The skill of writing letters is useful for those who will have to deal with their own correspondence.
- Reports and memos. These may simply be short notes. These are relevant to the learners who have to read them or write them.
- Manuals and instructions. These are grouped together because they have a common purpose and similar use of instructional language, although they may refer to either technical or administrative procedures. These are useful for those learners who have to read or write them. Written instructions could be reproduced as oral instructions if this is appropriate to the learners' needs.
- Brochures and specifications. Most companies produce brochures for their clients about their products and services. Some of these have a general content aimed at non-specialists, others may contain specific technical information for people in the trade. The teacher can make use of the text, the specifications (for example, figures and technical details) or pictures and diagrams relating to a company's product.
- PR materials. Some of these can be of general interest to both company staff and people outside the company (for example, the brochures about the company's environmental policy).

As with text materials, audio and video recordings can be used simply as background information for the teacher or for listening



practice and language work or as a stimulus for a variety of oral activities.

Thus, to exploit authentic materials the following tasks and activities can be developed: using authentic material to develop speaking skills, to practice extracting information from a text, to develop listening skills, to improve learners' comprehension of presentations, to extend letter-writing vocabulary.

Authentic material may provide the core of a very specialized course if the course objective is, for example, to develop skills for reading manuals, instructions, contracts or financial reports, or to develop letter-writing or report-writing skills. On the other hand, authentic material may be used to supplement Business English material by adding interest and variety.

### Bibliography

1. Brieger N., Comfort J. Language reference for Business English. – Hemel Hempstead: Prentice-Hall, 1992.
2. Gebhard J.G. Teaching English as a foreign language: A teacher self-development and methodology guide. Ann Arbor: The University of Michigan Press, 2008.
3. Hutchinson T., Waters A. English for specific purposes. – Cambridge: Cambridge University Press, 1987.
4. Nolan S., Reed W. Business English teachers' resource book. – Harlow: Longman, 1992.
5. Nosonovich E.V., Milrud G.P. Criteria of meaningful authenticity of the educational text / E.V. Nosonovich, G.P. Milrud // Foreign languages at school. – 2016 – No. 2. – PP. 10–14.
6. Robinson P. ESP today. – Hemel Hempstead: Prentice-Hall, 1990.

© *Ladonina E. Yu.*, 2022

УДК 616-001.514

## КЛИНИЧЕСКИЕ ПРОЯВЛЕНИЯ, ПРОФИЛАКТИКА И ЛЕЧЕНИЕ ТРОМБОВЕНОЗНЫХ ОСЛОЖНЕНИЙ ПЕРЕЛОМОВ ДЛИННЫХ ТРУБЧАТЫХ КОСТЕЙ

**И. Ю. Ипполитов**

*Кандидат медицинских наук, доцент,  
ORCID 0000-0002-1116-6925, e-mail: ippolitov67@mail.ru,*

**А. И. Кисткин**

*кандидат медицинских наук, доцент,  
ORCID 0000-0001-8600-9310, e-mail: kistsan@yandex.ru,  
студент, ORCID 0000-0002-0860-5907,  
e-mail: bogatirev1999@yandex.ru,*

**Е. А. Богатырев**

*студент, ORCID 0000-0003-4803-4181,  
e-mail: potapov.artiom.99@gmail.com,*

**А. В. Потанов**

*Национальный исследовательский мордовский  
государственный университет им. Н. П. Огарёва,  
Медицинский институт,  
г. Саранск, Республика Мордовия, Россия*

## CLINICAL MANIFESTATIONS, PREVENTION AND TREATMENT OF THROMBOVENOUS COMPLICATIONS OF FRACTURES OF LONG TUBULAR BONES

**I. Yu. Ippolitov**

*Candidate of medical sciences, associate professor, ORCID  
0000-0002-1116-6925, e-mail: ippolitov67@mail.ru,*

**A. I. Kistkin**

*candidate of medical sciences, associate professor, ORCID  
0000-0001-8600-9310, e-mail: kistsan@yandex.ru,  
student, ORCID 0000-0002-0860-5907,  
e-mail: bogatirev1999@yandex.ru,*

**E. A. Bogatyrev**

*student, ORCID 0000-0003-4803-4181,  
e-mail: potapov.artiom.99@gmail.com,*

**A. V. Potapov**

*N. P. Ogarev Mordovia State University,  
Medical Institute,  
Saransk, Republic of Mordovia, Russia*

---

**Abstract.** The problem of prevention, treatment and rehabilitation of patients with complications of fractures of long tubular bones of the extremities remains an urgent and challenging task of modern medicine. In this study, the development factors and clinical manifestations of acute deep vein thrombosis and post-phlebotrombotic syndrome in patients with fractures of the leg bones were studied, methods for the prevention and treatment of complications were proposed.

**Keywords:** fracture; trauma; tubular bones; complications; thrombosis.

---

Проблема профилактики, лечения и восстановления трудоспособности больных с осложнениями переломов длинных трубчатых костей конечностей остается

актуальной и сложной задачей современной медицины.

Среди осложнений лечения таких травм чаще всего встречаются инфекционные, такие как, поверхностные нагное-

ния, лигатурные свищи, гематомы, межмышечные и параоссальные флегмоны, послеоперационный остеомиелит [6]. Среди других осложнений оперативного вмешательства особо важную роль отводят венозной тромбоэмболии. При хирургическом лечении переломов длинных трубчатых костей тромбоз глубоких вен идентифицируется в 6–60 % случаях [8]. У пострадавших с полифрагментарными переломами бедренной кости, а также в сочетании с травмами таза и другими, частота появления тромбоза глубоких вен (ТГВ) нижних конечностей колеблется от 55 % до 90 %, из них в 2–10 % случаев осложняется тромбоэмболией легочной артерии (ТЭЛА) [5, 7, 9, 12]. Особая сложность заключается в том, что при политравме до 85 % тромбоэмболических осложнений протекают бессимптомно, а в обширной ортопедической хирургии только 12 % пациентов имеют клинический тромбоз до начала ТЭЛА [1, 3, 4]. Примерно у трети больных, перенесших венозную тромбоэмболию, в течение 10 лет развиваются рецидивы [10].

В структуре смертности среди госпитальных пациентов тромбоэмболия легочной артерии составляет от 7,2 % до 10 % [2]. Согласно протокола ведения больных «Профилактика тромбоэмболии легочной артерии при хирургических и иных инвазивных вмешательствах» острый венозный тромбоз развивается у 30 % оперированных общехирургических больных, у 70–80 % после травматологических и ортопедических вмешательств.

Тромбоэмболия легочной артерии – одна из главных причин послеоперационной летальности (5 % после общехирургических и 24 % после ортопедических вмешательств). Последствия ТЭЛА часто приводят к инвалидизации пациентов.

Клиническая картина тромбоэмболии легочной артерии неспецифична и требует инструментальных методов диагностики. По данным как отечественной, так и мировой литературы в настоящий момент во-

прос своевременной диагностики ТГВ и ТЭЛА у больных с политравмой остается нерешенным. Также на сегодняшний день не существует единой системы профилактики у пострадавших с политравмой [9, 11, 13]. Тактика лечения острых венозных тромбозов также еще не стандартизирована.

Для решения перечисленных проблем необходимо исследовать и внедрять в клиническую практику новые методы профилактики, диагностики и лечения тромбовенозных осложнений переломов длинных трубчатых костей.

В данном исследовании были изучены факторы развития и клинические проявления острого тромбоза глубоких вен и постфлеботромботического синдрома у пострадавших с переломами костей голени, были предложены способы профилактики и лечения осложнений.

Были проведены клинические исследования и анализ историй болезней 136 больных с переломами костей нижних конечностей, осложненных острым тромбозом глубоких вен и посттромбофлебитическим синдромом нижних конечностей, лечившихся в сосудистом и травматологическом отделениях ГБУЗ РМ «РКБ № 4» г. Саранска в период с 2020 по 2022 годы, а также карты амбулаторных больных находившихся под наблюдением травматологов в травматологическом пункте г. Саранска.

Для качественного анализа были выделены следующие задачи:

- изучение состояния гемостатического потенциала у больных при переломах костей голени в остром периоде;
- изучение клинического проявления острого тромбоза глубоких вен у больных при переломах костей голени и определение частоты его возникновения в зависимости от уровня перелома.
- на основании существующих способов профилактики и лечения острого тромбоза глубоких вен голени разработка программы профилактики этого

осложнения с учетом его особенностей при переломах берцовых костей.

Критериями исключения являлись: пациенты до 18 лет и старше 60 лет, патологический характер перелома, декомпенсированная патология сердечно-сосудистой системы (гипертоническая болезнь, атеросклероз, ишемическая болезнь сердца), хроническая венозная недостаточность различного генеза, ранее перенесенные венозные тромбозы нижних конечностей, онкозаболевания, сахарный диабет, ожирение, беременность, хронические заболевания внутренних органов в стадии декомпенсации, наличие гематологической патологии.

Средний возраст пациентов составил  $44 \pm 4,2$  года (от 18 до 60 лет).

Схема обследования пациентов включала: сбор анамнеза заболевания и жизни, осмотр с исследованием локального статуса, рентгенография поврежденного сегмента конечности в двух стандартных проекциях, дуплексное сканирование вен голени. Оценку состояния системы гемостаза проводили еженедельно в соответствии со следующими методами: протромбиновый индекс (ПТИ) по Квику (%), международное нормализованное отношение (МНО), фибриноген по Клауссу (г/л), фибринолитическая активность (мин), агрегация тромбоцитов (%).

В экстренном порядке пострадавшим выполнялась блокада места перелома, накладывалось скелетное вытяжение за пятую кость. На 5–7 сутки, больные были оперированы. В зависимости от типа травмы были проведены следующие операции:

- закрытый внеочаговый чрескостный остеосинтез перелома костей голени по Илизарову;
- интрамедуллярный остеосинтез костей голени;
- накостный остеосинтез костей голени.

Были проанализированы технические ошибки, допущенные в ходе лечения переломов на трех этапах: догоспитальная помощь, лечение в стационаре и долечивание в условиях травмпункта.

В группу технических ошибок, допущенных при оказании первой помощи, были выделены:

- несовершенная иммобилизация или ее отсутствие;
- неадекватное обезболивание.

Так, 12 больных (24 %) с закрытыми переломами костей голени доставлены в больницу без иммобилизации или с плохой иммобилизацией. В эту группу ошибок также относится позднее поступление больных. Четверо больных поступили в стационар на 2–3 сутки после травмы.

В стационаре у 15 из 50 больных также были выявлены технические ошибки при лечении:

- неудовлетворительная предоперационная подготовка;
- неудачный подбор металлоконструкций;
- запоздалый остеосинтез;
- ошибки в технике оперирования;
- неполноценное послеоперационное ведение пациента.

С помощью анализа клинического материала в травмпункте было выявлено, что врачи, занимающиеся долечиванием больных с травмами, недостаточно эффективно используют комплекс реабилитационных мероприятий в восстановительном лечении. 40 % пациентов получали курс реабилитационного лечения либо нерегулярно, либо непродолжительное время, либо в неполном объеме.

Результатом вышеперечисленных технических ошибок стало то, что у 48 % пациентов перелом костей голени осложнился острым тромбозом глубоких вен.

Были проанализированы сроки развития ТГВ у пострадавших, находившихся на скелетном вытяжении или в гипсовых повязках более 3 недель ( $n = 77$ ). На первой неделе ТГВ проявился у 31 % больных. Максимальное число пациентов с диагностированным ТГВ (36 %) приходилось на вторую неделю после травмы. Самым ранним сроком выявления ТГВ у пострадавших с сочетанной травмой были 4 сутки после травмы (2,6 %).

Возраст также играет значительную роль в развитии ТГВ. Количество диагностированных тромботических осложнений резко возрастает (на 18,5 %) после 30 лет. Среди пострадавших женщин количество диагностированного ТГВ больше, чем у мужчин на 1,2 %, поэтому зависимость формирования ТГВ от половой принадлежности не была выявлена ( $p < 0,05$ ).

Установлено, что у больных при тромбозе глубоких вен на фоне перелома костей голени наблюдаются качественные и количественные изменения в системе гемостаза. У больных с острым флеботромбозом свертывающая активность крови резко повышена. В частности, время кровотоочивости по Дьюку укорачивается в 3 раза, время свертывания цельной крови у больных с переломами костей повышается на 33 %, а в группе больных с осложненными переломами – на 83 %. О повышении гемокоагуляции свидетельствует укорочение времени рекальцификации плазмы и увеличение концентрации фибриногена.

Одновременно у больных наблюдается уменьшение антикоагуляционной активности. Толерантность плазмы к гепарину у больных с переломами трубчатых костей повышена на 11 %, у группы больных с осложнениями при переломах – на 17 % по сравнению контрольной группой. Снижен фибринолитический потенциал крови – время растворения сгустка у больных на 50 % и 70 % соответственно.

Таким образом, нарушения в гемостатическом потенциале при переломах костей голени являются пусковым механизмом тромбообразования в глубоких венах. В последствии к этим нарушениям присоединяется еще одна важная причина тромбообразования – уменьшение оттока крови и венозный стаз в результате снижения активности или выключения мышечно-венозной помпы голени, обусловленных как самой травмой, так и методом лечения, предусматривающим в опреде-

ленной мере и временное обездвиживание поврежденной конечности.

Предупреждение развития тромботических осложнений на современном этапе время требует включения в комбинированную профилактику препаратов гепарина. В связи с этим была проанализирована эффективность профилактики ТГВ у пострадавших контрольной группы, получавших нефракционированный гепарин (НГ) (5000 ЕД, 3 раза в сутки), низкомолекулярный гепарин фраксипарин в профилактической дозировке, рекомендованной фирмами ( $n = 30$ ).

Наибольшее количество развившихся ТГВ (57 %) наблюдалось у пострадавших в подгруппе, которые не получали медикаментозной профилактики ( $n = 136$ ). У пострадавших, получавших НГ и низкомолекулярный гепарин ( $n = 28$ ), ТГВ развился в 42,9 % случаев.

Анализ результата медикаментозной профилактики ТГВ нижних конечностей у пострадавших может показывать, что причинами развития ТГВ были:

- недооценка группы риска развития ТГВ у пострадавших с политравмой;
- неправильный подбор группы препаратов;
- неправильный выбор режима дозирования низкомолекулярных гепаринов;
- применение монотерапии низкомолекулярными гепаринами.

Таким образом, была разработана более полная схема профилактических мер, которая направлена на все составляющие звенья тромбогенеза (активацию системы гемостаза, стаз, нарушение целостности сосудистой стенки).

Проблемы застойных явлений в венах нижних конечностей можно решать при помощи немедикаментозных мер. Важнейшей из них является ранняя активизация больного. Из всех видов оперативного лечения наилучшие условия для ранней двигательной активности пострадавших создает малоинвазивный остеосинтез (закрытый блокируемый остеосинтез штиф-

тами без рассверливания костно-мозгового канала). Данный способ не сопровождается кровопотерей, так как операция осуществляется закрытым способом из малых кожных разрезов вне зоны перелома. Метод обладает высокой прочностью, что обеспечивает возможность максимально ранней активизации больного без гипсовой повязки. Ежедневные занятия гимнастикой в течение всего пребывания в стационаре, а также градуированная эластическая компрессия нижних конечностей в период движения больного позволяет сохранить насосную функцию икроножных мышц пострадавших.

При помощи медикаментозных мер профилактики ТГВ был решен вопрос активации системы гемостаза в ответ на кровопотерю и повреждение тканей. Профилактику необходимо начинать не позднее 3 суток с момента травмы. Учитывая наличие тромбинемии у всех пострадавших в качестве антикоагулянта применяли низкомолекулярные гепарины (НМГ) в лечебной дозировке в соответствии с весом пострадавшего: фраксипарин 0,1 мл/10 кг 2 раза либо клексан 1 мг/10 кг 2 раза.

Ксантинола никотинат применяли в количестве 0,3 – 0,6 г один раз в сутки в качестве препарата, обладающего антиагрегационным действием и являющегося непрямым фибринолитиком.

В качестве антиагреганта, обладающего сосудорасширяющим эффектом, тем самым уменьшающего вязкость крови, применяли пентоксифиллин (трентал) 100 мг 3 раза в течение 4 недель. С целью предупреждения снижения антиагрегационной способности сосудистой стенки применили витамин Е ( $\alpha$ -токоферол) 200 мг/сутки в течение 3–4 недель.

В качестве препарата, влияющего на реологические свойства крови и обладающего антиагрегационной способностью, мы применяем декстран-40 (реополиглюкин).

Благодаря применению такой схемы профилактики ТГВ с учетом всех составляющих тромбогенеза, было сокращено

количество тромботических осложнений у пострадавших с травмой с 57 % до 35 %. Из 20 пациентов ТГВ развился только у 7.

Глубокие вены голени в нижней трети и на уровне лодыжек расположены близко к костям и недостаточно надежно прикрыты мягкими тканями. По-видимому, при переломах берцовых костей на указанных уровнях глубокие вены в большей мере подвержены травме и тромбированию вследствие более грубых нарушений гемостатического потенциала. Исходя из этого предположения, был проведен сравнительный анализ его показателей при переломах костей голени в верхней трети, средней трети, нижней трети и на уровне лодыжек.

Было выявлено, что нарушения гемостаза и гиперкоагуляция наиболее выражены при переломах лодыжек и костей голени в нижней трети. И как следствие, венозные тромбозы чаще возникали при локализации переломов костей в нижней трети голени и переломах лодыжек (50 %), в большей степени тромбировались одновременно малоберцовые и задние большеберцовые вены (59 %).

Из 136 пациентов с переломами костей голени клинические признаки острого тромбоза глубоких вен обнаружены у 77 человек (57 %). Основным признаком считалась боль в икроножных мышцах, которая усиливается при тыльном сгибании стопы в голеностопном суставе или при пальпации этих мышц. Также к признакам тромбоза глубоких вен были отнесены нарастающий отек голени и стопы, выраженность которого зависела от уровня перелома, и изменение цвета кожи голени от слабо синюшного у большинства больных до выраженного цианоза.

Так как местные проявления перелома костей и начинающегося флеботромбоза почти одинаковы, травматологи, как правило, не наблюдают явных признаков проявления флеботромбоза после перелома костей голени. Зафиксировать период скрытого тромбоза возможно только при динамическом ультразвуковом исследовании,

что связано с определенными сложностями для медицинского персонала и другими организационными трудностями.

В ходе проведения данного исследования были установлены следующие выводы:

1. В результате лечения пострадавших с политравмой контрольной группы тромбоз глубоких вен нижних конечностей развился у 57 % больных. Пострадавших с переломами костей голени с учетом высокой частоты флелотромбоза при этом виде травмы следует относить к группе риска по развитию тромбоэмболических осложнений и хронической венозной недостаточности нижних конечностей, а сами переломы считать осложненными.

2. Наличие в течение трех суток и более после перелома некупируемого отека голени, сопровождающегося распирающими болями и синюшной окраской кожи, следует расценивать как проявления острого тромбоза глубоких вен.

3. Составленная и апробированная схема профилактики тромботических осложнений у пострадавших с политравмой должна заключаться в выполнении раннего стабильного остеосинтеза, который позволяет начать активные движения в суставах нижних конечностей со 2 дня после остеосинтеза в сочетании с медикаментозной терапией, направленной на все звенья системы гемостаза: антикоагулянтной терапией низкомолекулярными гепаринами, антиагрегантами, веноotonиками.

#### Библиографический список

1. Балахонова Т. В. Современные инструментальные методы диагностики тромбоза: ультразвуковое дуплексное сканирование // Профилактика тромбоэмболических осложнений в травматологии и ортопедии: материалы гор. симп. – М., 2003. – С. 12–17.
2. Бокарев И. Н., Люсов В. А., Кириенко А. И. [и др.] Венозные тромбозы и тромбоемболия лёгочных артерий // Российский кардиологический журнал – 2011. – № 4. – С. 5–12.
3. Кириенко А. И., Матюшенко А. А., Андрияшкин В. В. Острый венозный тромбоз: базовые принципы терапии // Consilium-medicum. – 2001. – Т. 3. – № 7. – С. 22–28.
4. Немченко Н. С., Самохвалов И. М., Петров А. Н. [и др.] Патогенез и диагностика острого тромбоза глубоких вен и ТЭЛА у пострадавших с тяжелыми сочетанными травмами: сборник тезисов II Московского международного конгресса травматологов и ортопедов. Повреждения при дорожно-транспортных происшествиях и их последствия: нерешенные вопросы, ошибки и осложнения. – М., 2011. – С. 167.
5. Панов А. А., Копысова В. А., Каплун В. А. [и др.] Результаты остеосинтеза оскольчатых переломов длинных трубчатых костей // Гений ортопедии. – 2015. – № 4. – С. 10–16.
6. Писарев В. В., Львов С. Е., Ошурков Ю. [и др.] Инфекционные осложнения послеоперационной раны при металлоостеосинтезе закрытых переломов длинных трубчатых костей // Травматология и ортопедия России. – 2008. – № 2. – С. 14–19.
7. Сиразитдинов С. Д., Панков И. О. Совершенствование методов диагностики и профилактики ранних осложнений травматической болезни при множественных переломах костей конечностей // Кафедра травматологии и ортопедии. – 2016. – № 1. – С. 36–39.
8. Eriksson B. I. Duration of prophylaxis against venous thromboembolism with fondaparinux after hip fracture surgery: a multicenter, randomized, placebo-controlled, double-blind study / B. I. Eriksson, M. R. Lassen // Arch. Intern. Med. – 2003. – V. 163, № 11. – P. 1337–1342.
9. Geerts W. H. Prevention of venous thromboembolism: the Seventh ACCP Conference on Antithrombotic and Thrombolytic Therapy / W. H. Geerts, G. F. Pineo, J. A. Heit [et al.] // Chest. – 2004. – V. 126. – P. 338–400.
10. Heit J. A. Venous thromboembolism epidemiology: implications for prevention and management // Semin. Thromb. Hemost. – 2002. – V. 28. – P. 3–13.
11. Knudson M. M., Ikossi D. G. Venous thromboembolism after trauma // Curr. Opin. Crit. Care. – 2004. – V. 10, № 6. – P. 539–548.
12. Nathens A. B., McMurray M. K., Cuschieri J. [et al.] The practice of venous thromboembolism prophylaxis in the major trauma patient // J Trauma. – 2007. – V. 62. – № 3. – P. 557–562.
13. Rogers F. B., Cipolle M. D., Cushman J. [et al.] East practice management guidelines for the management of venous thromboembolism in trauma patients // J. Trauma. – 2002. – V. 53. – № 1. – P. 142–164.

© *Ипполитов И. Ю., Кисткин А. И., Богатырев Е. А., Потанов А. В., 2022*

## СУБЛИЧНОСТИ. ЧТО ЭТО И ЧТО С НИМИ ДЕЛАТЬ?

Е. А. Дементьева

Е. В. Быкова

*Младший научный сотрудник,  
ORCID 0000-0002-0467-9597,  
e-mail: zorra2@yandex.ru,  
Лаборатория медико-социальных проблем  
педиатрии, научно-исследовательский центр,  
Санкт-Петербургский государственный  
педиатрический медицинский университет,  
психолог, e-mail: bykekaterina8@gmail.com,  
г. Санкт-Петербург, Россия*

## SUBPERSONALITIES. WHAT IS IT AND WHAT TO DO WITH THEM?

E. A. Dementyeva

E. V. Bykova

*Junior Researcher, ORCID 0000-0002-0467-9597,  
e-mail: zorra2@yandex.ru,  
Laboratory of Medical and Social Problems  
of Pediatrics, Research Center,  
St. Petersburg State Pediatric Medical University,  
psychologist, e-mail: bykekaterina8@gmail.com,  
St. Petersburg, Russia*

---

**Abstract.** One of the leading tasks of a person can be called the desire to know oneself. However, on the way to yourself, you may encounter the presence of internal contradictions, differences in the manifestations of your "I". Subpersonalities, according to Roberto Assagioli, are different roles of a person. All social roles correspond to a role status that exists independently of the role carrier. Psychosynthesis techniques make it possible to realize the presence of subpersonalities. Its successfully work with both youth and adults during the passage of the normative crisis of adulthood in order to solve the corresponding development tasks A case of using the technique of psychosynthesis to identify subpersonalities in a 22-year-old client is given.

**Keywords:** subpersonalities; personality; psychosynthesis; Roberto Assagioli; case.

---

Одной из ведущих задач человека можно назвать желание познать себя. Однако, на пути к себе можно столкнуться с наличием внутренних противоречий, различиями проявлений своего «Я». Исследователи, психологи, клиницисты, исследуя природу человека, по-разному называют и описывают дуальность личности.

Пьер Жане изучал явления «психического автоматизма». Не зависящие от сознания человека формы психической деятельности он назвал «вторыми личностями». Вторые личности живут, не соприка-

саясь с повседневной личностью человека, и способны подменять её [1].

Йозеф Брейер применял катарсический метод (гипноз) для воскрешения в сознании пациента забытой психической травмы. Зигмунд Фрейд обнаружил, что того же результата можно достичь с помощью психоаналитических методов: метода свободных ассоциаций и метода толкования сновидений. Фрейд показал важность защитных механизмов для скрывания бессознательных инстинктов, влечений и фантазий [3].



Карл Юнг, исследуя глубокие слои бессознательного, обнаружил в них коллективные образы и символы, на основании которых классифицировал и описал психологические типы (архетипы) [4].

Автором и создателем термина субличности, стал психиатр Роберто Ассаджиоли, он же организовал институт психосинтеза [5]. Психосинтез – одно из направлений трансперсональной психологии, исходящей из того, что за пределами нашей личности есть другая психическая реальность. Роберто Ассаджиоли вдохновлялся идеями Фрейда, но не был полностью ими удовлетворен, предложив в психосинтезе исследовать творческий потенциал человека, свою модель личности и о представлении о ее месте в мире.

Субличности – это персонажи, роли человека. Чем больше у человека социальных ролей, тем больше у него энергии, богаче и разнообразнее жизнь [5].

Например, женщина может быть дочерью, мамой, внучкой, бабушкой, женой, сотрудницей, коллегой, подругой, студенткой и т.д. У каждого человека еще есть и другие роли, не связанные с социумом. Это сценарии, которые создаются в подсознании для решения повторяющихся схожих задач, исполнение тех или иных ролей (домохозяйка, спортсмен, ленивое я, вечно виноватый).

Чаще всего эти субличности формируются в детстве [5]. Например, одергивая ребенка, родитель может сказать: мальчики не плачут; так хорошие девочки не поступают; не можешь не берись; не трогай – сломаешь; мне некогда; я занят; ты должен получать только пятерки; ты наша гордость; тебя не спрашивают; твое мнение никого не интересует; нет это не обидно; ты еще не устал и т.д.

Всем социальным ролям соответствует ролевой статус, существующий независимо от носителя роли. Например, когда необходимо что-то срочно сделать, человек может избегать выполнения работы, то может включиться внутренний Сабо-

тажник (негативная установка «ты ничего не умеешь») будет мешать человеку хорошо выполнить свою работу, и тогда работа не будет выполнена или будет выполнена небрежно. Или Перфекционист (будь безупречен во всем) и человек будет стремиться быть успешным во всем, желание победы любым путем. Все эти роли являются субличностью своего хозяина.

Субличности воспринимаются личностью, как нечто отдельное от себя. Часто самим человеком субличности не замечаются, не осознаются. Субличности возникают на разных этапах развития человека, и служат ему для защиты, реализации его потребностей.

Может быть и конфликт субличностей, когда примерная девушка проявляет другую сторону своей личности «хулиганки». Возможно, тотальное преобладание одной из субличностей. Например, «отличник» направляет всю жизнь человека на учебу, не давая заниматься чем-то другим.

Техники психосинтеза позволяют осознать наличие субличностей. Они успешно работают и с юношеским возрастом, и с взрослыми людьми при прохождении нормативного кризиса взрослости с целью разрешения соответствующих задач развития. Психосинтез – это динамическая концепция психической жизни человека, предстающей как непрерывное взаимодействие и борьба множества разных, в том числе противодействующих сил с объединяющим центром, который постоянно пытается управлять ими, согласовывать их между собой и использовать [5].

При использовании психодрамы со взрослыми, когда необходимо решить проблему в настоящем, можно обратиться к предку за помощью, поговорить с ним, получить поддержку рода. Выделив субличность или несколько субличностей, можно дать им право голоса, и таким образом понять себя, свои возможности и ограничения. В психодраматической сессии клиент одновременно и главный герой

драмы, и ее творец, и исследователь себя и своей жизни. При этом драматизируются и исследуются в действии не только реальные события и жизненные кризисы, но и различные аспекты внутренних психологических событий. В ходе драмы воссоздается субъективная реальность сложного мира внутренних переживаний и отношений протагониста [2].

В рамках психосинтеза используются также медитативные техники. Медитации обеспечивают более полное расслабление тела по сравнению со сном при сохранении бодрого и ясного сознания. Они позволяют клиенту сосредоточиться на телесных ощущениях, дыхании, чувствах и мыслях, используя образы из бессознательного.

Кейс:

За помощью обратился молодой человек 22 лет. Его запрос на терапию звучал следующим образом: налаживание отношений с девушкой. Основные претензии к ней сводились к тому, что она его не понимает, не догадывается о его желаниях и потребностях. При этом основная реакция молодого человека на неправильное (с его точки зрения) поведение девушки – гнев, игнорирование, обида.

Применение техник психосинтеза позволило выявить две субличности молодого человека. Первая субличность – это его основное «Я» – спокойный, рассудительный, ответственный. Вторая субличность – «пацан» – ему 14 лет, проявляет себя в виде обиды, неся при этом функцию понимания и защиты своего основного «Я».

Терапевтическая работа была построена на удовлетворении потребностей суб-

личности «пацан», а также выстраивании внутренних опор молодого человека. Терапия привела к пониманию своих собственных чувств и эмоций, а также к пониманию необходимости выстраивания конструктивного диалога с другими людьми.

Психосинтез применяет множество методик психологического воздействия, нацеленных на развитие и совершенствование личности, гармонизацию её отношений с «Я» и все более полное объединение с ним [5].

Таким образом, применение техник, позволяющих осознать наличие различных субличностей у человека, а также налаживание с ними контакта, воссоздание внутреннего комфорта и гармонии, может в значительной степени обогатить психологическую практику.

#### **Библиографический список**

1. Жане П. Психический автоматизм: экспериментальное исследование низших форм психической деятельности человека. Санкт-Петербург: Наука, 2009.
2. Лейтц Г. Психодрама: теория и практика: классическая психодрама Я. Л. Морено. Издание 2-е, исправленное и дополненное. Москва: Когито-Центр, 2007.
3. Фрейд З. Психология масс и анализ человеческого «Я». Москва: Академический проект, 2014.
4. Юнг К. Г. Структура психики и архетипы. 2-е издание. Москва: Академический проект, 2009.
5. Assagioli R. Psychosynthesis. A Manual of Principles and Techniques. New York, 1965.

© Дементьева Е. А., Быкова Е. В.,  
2022

УДК 159.923:316.6

**МУЗЫКА КАК СРЕДСТВО ПОВЫШЕНИЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ РЕКЛАМЫ****Е. В. Звонова***Кандидат педагогических наук,  
доцент, e-mail: zevmgpi@rambler.ru,  
Российский государственный  
социальный университет,***А. Г. Кириченко***студентка,  
e-mail: nastena.kirichenko@inbox.ru,  
Московский педагогический  
государственный университет,  
г. Москва, Россия***MUSIC AS A MEANS OF INCREASING THE ATTRACTIVENESS OF ADVERTISING****E. V. Zvonova***Candidate of Pedagogical Sciences,  
Assistant Professor, e-mail: zevmgpi@rambler.ru,  
Russian State Social University,  
student,***A. G. Kirichenko***e-mail: nastena.kirichenko@inbox.ru,  
Moscow Pedagogical State University  
Moscow, Russia*

---

**Abstract.** The musical component is an important part of any advertising text. Internet advertising uses music to create an attractive image. The study, which involved 30 people, confirmed this assumption.

**Keywords:** advertising; music; target audience; semantic differential; attractive image; characteristics.

---

**Актуальность исследования.** В последние годы наблюдается бум в области использования музыки в рекламе, поэтому именно сейчас возникла необходимость исследования роли звукового сопровождения в создании привлекательного рекламного образа.

Музыка развивает эмоции человека, помогая воспринимать действительность и реагировать на нее; оперирует художественными образами, созданными нашим воображением, мышлением и эмоциями. Музыка является сильным средством воздействия на человека и выполняет большую роль в социальной коммуникации.

Современная социальная психология обладает актуальными данными о структуре и компонентах коммуникации. Например, фундаментальная работа, ос-

нованная на анализе и собственных экспериментальных сериях, позволила ученым Vezzali L., Hewstone M., Capozza D., Giovannini D., Woelfer R. разработать и представить обобщенную модель социального, недирективного (не прямого) контакта, включающего информацию, переданную с помощью невербальных средств [8]. По мнению исследователей, в процессе восприятия и понимания информации запускаются когнитивные и аффективные процессы: эмоциональное включение «другого в себя» и самораскрытие, как основа понимания другого. В современных исследованиях подчеркивается роль искусства, как вспомогательного средства воздействия, актуализирующего модель «эмпатия – отношение – действие» [6], что определяется в гораздо

большей степени аффективно-эмоциональными, чем рационально-познавательными процессами [7].

Язык музыки – это особая система условных знаков, сложившаяся в процессе исторического развития музыкального искусства. Элементами музыкального языка выступают средства музыкальной выразительности [1], используемые при создании формы и содержания музыкального произведения [4]. Добавляя, под музыкальным языком [2] часто понимают систему, составляющие которой характеризуются эстетикой как средством музыкальной выразительности.

Музыка всегда выполняла информационно-коммуникативную функцию, выступая «инструментом диалога между индивидом и социумом» [3]. Сила воздействия музыки на человека может быть объяснена тем, что символы искусства актуализируют скрытый, глубинный уровень сознания [5].

В экспериментальную выборку вошло 30 человек в возрасте от 18 и до 30 лет, пользующиеся социальной сетью «ВКонтакте», трое юношей и двадцать семь девушек. В данном исследовании был использован метод семантического дифференциала, разработанный Ч. Осгудом. Для создания шкалы были выделены четыре пары противоположных характеристик, оценивающих важность музыкального сопровождения в трех рекламных роликах: «музыка ничего не вызывает – музыка вызывает эмоциональный подъем», «музыка ролика скучная – музыка ролика интересная», «музыка совершенно не подходит – музыка идеально подходит» и «музыка в этом ролике не нужна – музыка в этом ролике обязательна». Оценивание проходило от 0 до 6, где 0 – отрицательная окраска, а 6 – позитивная, соответственно. Также проводился качественный анализ количества выборов указанных характеристик.

При подборе участников экспериментальной группы был использован опрос, который помог установить, что все участники исследования представляли целевую

аудиторию рекламируемых услуг. Стимульный материал составили рекламы авиакомпании S7 Airlines, онлайн-кинотеатра KION и браузера Яндекс.

По результатам проведенного метода семантического дифференциала (Ч. Осгуд) с помощью факторного анализа мы выявили, что все выделенные характеристики, соответствующие роли музыки в рекламе относятся к одному фактору, однако, значение указанных факторов было разным при предъявлении разных рекламных роликов.

В рекламном ролике авиакомпании S7 Airlines, где значимыми для них характеристиками оказались: «музыка совершенно не подходит – музыка идеально подходит» (0,948), «музыка ролика скучная – музыка ролика интересная» (0,913) и «музыка в этом ролике не нужна – музыка в этом ролике обязательна» (0,903). Однако, для испытуемых оказалась неважной оценочная шкала «музыка ничего не вызывает – музыка вызывает эмоциональный подъем» (0,454). Следовательно, можно сделать вывод, что эмоциональный подъем не является значимым и не учитывается респондентами при оценке музыкального образа в рекламном видеоролике авиакомпании S7 Airlines. Возможно, это связано с тем, что музыкальный образ в данном ролике спокоен и заставляет зрителя скорее погрузиться в философские размышления над своим положением в мире, чем побудить к активной деятельности.

Сравнивая частоту выбора характеристик при оценке музыкального компонента в создании привлекательного рекламного образа, можно сделать вывод о том, среди респондентов никто не выбрал характеристику «музыка ничего не вызывает», когда как 27 опрошенных выбрали характеристику «музыка вызывает эмоциональный подъем». В свою очередь, характеристику «музыка ролика скучная» выбрало 3 респондентов, напротив чего 27 опрошенных посчитали ее как «музыка ролика интересная». Никто из опрошенных не выбрал характеристику «музыка

совершенно не подходит», 27 респондентов оценили же характеристикой «музыка идеально подходит». Никто не выбрал, что музыка «музыка в этом ролике не нужна» и 26 респондентов ответили «музыка в этом ролике обязательна» (рис. 1).

Таким образом, большинство респондентов выделяют музыкальное сопровождение как значимый компонент в создании положительного рекламного образа.

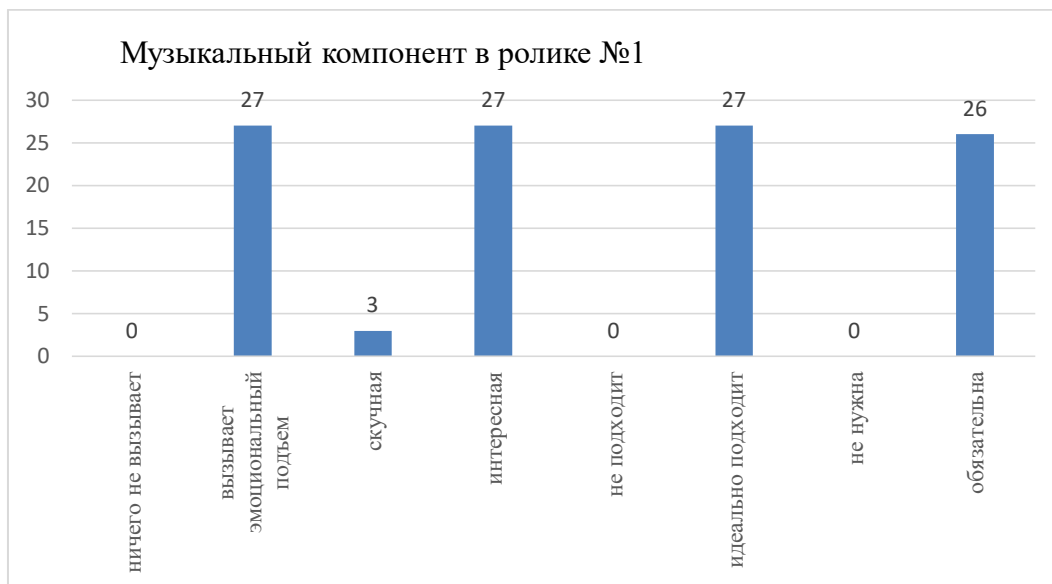


Рис. 1. Сравнение частот выбора характеристик при оценке музыкального компонента в рекламном ролике № 1

Далее, по результатам факторного анализа семантического дифференциала, мы выявили, что для респондентов при оценке музыкального образа в рекламном ролике онлайн-кинотеатра KION оказались значимыми следующие характеристики: «музыка совершенно не подходит – музыка идеально подходит» (0,939), «музыка ролика скучная – музыка ролика интересная» (0,907), «музыка в этом ролике не нужна – музыка в этом ролике обязательна» (0,824) и «музыка ничего не вызывает – музыка вызывает эмоциональный подъем» (0,792). Здесь мы видим, что больше всего респонденты оценили в рекламе онлайн-кинотеатра KION то, что музыкальное сопровождение подходит к данному ролику. Оценка, приближенная к 0,9, говорит о том, что данные характери-

стики были высоко важными для испытуемых при ответе. В этом видеоролике необходимость наличия музыкального образа для респондента наиболее выражена, что также может говорить о том, что созданный музыкальный образ вызывает сильный эмоциональный подъем. В данном случае для создания привлекательного рекламного образа музыкальный компонент важен по всем характеристикам.

Сравнивая частоту выбора характеристик при оценке музыкального компонента в создании привлекательного рекламного образа, можно сделать вывод о том, среди респондентов 4 человека выбрали характеристику «музыка ничего не вызывает», когда как 19 респондентов выбрали характеристику «музыка вызывает эмоциональный подъем». В свою очередь, ха-

рактеристику «музыка ролика скучная» выбрало 3 респондентов, 21 человек посчитал ее как «музыка ролика интересная». Лишь 1 отметил для себя характеристику «музыка совершенно не подходит», 25 респондентов оценили же характеристикой «музыка идеально подходит». Никто не выбрал, что музыка «музыка в этом

ролике не нужна» и 27 респондентов ответили «музыка в этом ролике обязательна» (рис. 2).

Таким образом, большинство респондентов выделяют музыкальное сопровождение как значимый компонент в создании положительного рекламного образа.

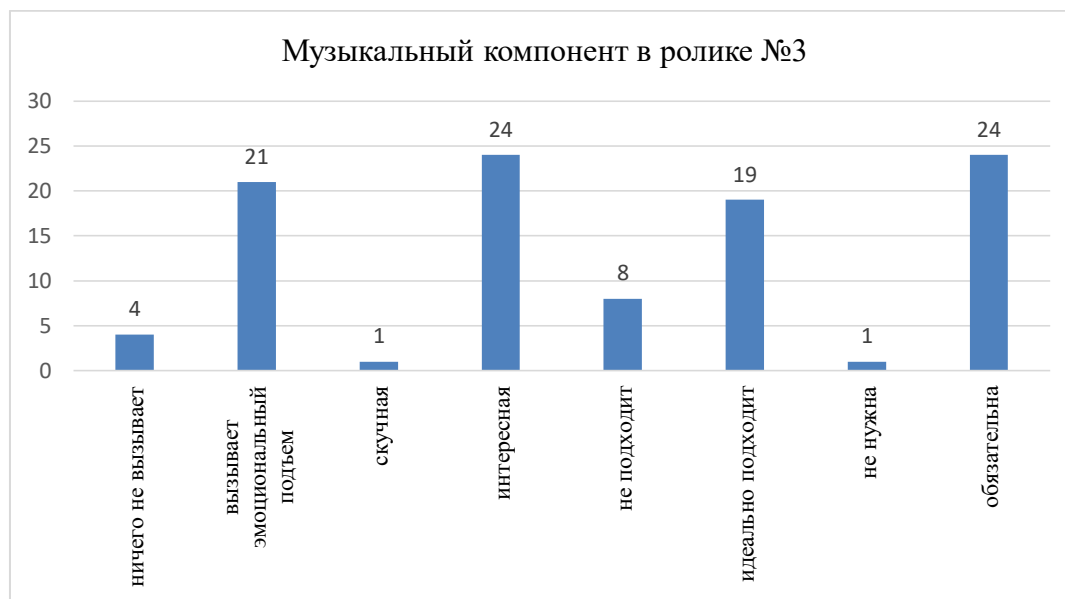


Рис. 2. Сравнение частот выбора характеристик при оценке музыкального сопровождения в рекламном ролике № 2

Для музыкального сопровождения третьего рекламного ролика браузера Яндекс при помощи факторного анализа семантического дифференциала были получены следующие результаты: «музыка ничего не вызывает – музыка вызывает эмоциональный подъем» (0,922), «музыка ролика скучная – музыка ролика интересная» (0,872), «музыка в этом ролике не нужна – музыка в этом ролике обязательна» (0,845) и «музыка ничего не вызывает – музыка вызывает эмоциональный подъем» (0,678). Это может быть связано с тем, что в этом рекламном ролике музыка имеет быстрый темп и ритм, а также является достаточно популярной среди молодежи.

Сравнивая частоту выбора характеристик при оценке музыкального компонента в создании привлекательного рекламного образа, можно сделать вывод о том, среди респондентов 4 человека выбрали характеристику «музыка ничего не вызывает», 21 респондент выбрал характеристику «музыка вызывает эмоциональный подъем». Лишь 1 респондент отметил «музыка ролика скучная», 24 опрошенных посчитали ее как «музыка ролика интересная». 8 человек, что музыкальный компонент «музыка совершенно не подходит» и 19 респондентов оценили характеристикой «музыка идеально подходит». Только один испытуемый отметил, что музыка «музыка в этом ролике не нужна»

и 24 респондента ответили «музыка в этом ролике обязательна» (рис. 3).



**Рис. 3. Сравнение частот выбора характеристик при оценке музыкального компонента в рекламном ролике № 3**

Исходя из проанализированных данных, можно сказать, что музыкальный компонент важен для восприятия и передачи информации, которая является неотъемлемым элементом коммуникации между текстами рекламы и целевой аудиторией. Наличие музыкального сопровождения способствует эмоциональному отклику у респондентов, благодаря которому реклама становится более привлекательной и интересной в глазах аудитории.

**Библиографический список**

1. Адорно Т. Избранное: Социология музыки / пер. М. И. Левина, А. В. Михайлов. – М.; СПб.: Университетская книга, 1998. – 445 с.
2. Асафьев Б. Музыкальная форма как процесс. – Л.: Музыка, 1971. – 376 с.
3. Денисова А. Б. Бытие музыкального образа: онтолого-гносеологический анализ. Автореферат на соискание ученой степени кандидата философских наук. – Казань, 2000. – 16 с.
4. Щербакова Е. В., Звонова Е. В. Изучение формы художественного произведения в процессе эстетического воспитания // Искусство и образование. 2017. № 1 (105). – С. 22–29.
5. Юнг К. Г. Архетип и символ. Об отношении аналитической психологии к поэтико-художественному творчеству. – М.: Ренессанс, 1991. 297 с.
6. Taylor, L. K., & Glen, C. (2019). From empathy to action: Can enhancing host-society children's empathy promote positive attitudes and prosocial behaviour toward refugees? *Journal of Community & Applied Social Psychology*, 30(2), 214–226. <https://doi.org/10.1002/casp.2438>.
7. Rodenberg P. Interkulturelle Wahrnehmung zwischen Angst, Neugier und Empathie (Forum Psychosozial). Gießen: Psychosozial-Verlag. 2019. 267 s.
8. Vezzali, L., Hewstone, M., Capozza, D., Giovannini, D., & Woelfer, R. (2016). Improving intergroup relations with extended and vicarious forms of indirect contact. *EUROPEAN REVIEW OF SOCIAL PSYCHOLOGY*, 25(1), PP. 314–389.

© Звонова Е. В., Кириченко А. Г., 2022

УДК 159.923:316.6

**ЦЕННОСТНЫЕ ДЕТЕРМИНАНТЫ ОЦЕНКИ ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМЫ  
РОССИЙСКИМИ ПОТРЕБИТЕЛЯМИ**

**Е. В. Звонова**

*Кандидат педагогических наук, доцент,  
e-mail: zevmgpi@rambler.ru,  
Российский государственный  
социальный университет,  
студент, e-mail: hygra.business@mail.ru,  
Московский педагогический  
государственный университет,  
г. Москва, Россия*

**К. Н. Савичев**

**VALUE DETERMINANTS OF EVALUATION OF INTERNET ADVERTISING  
BY RUSSIAN CONSUMERS**

**E. V. Zvonova**

*Candidate of Pedagogical Sciences,  
Assistant Professor, e-mail: zevmgpi@rambler.ru,  
Russian State Social University,  
student, e-mail: hygra.business@mail.ru,  
Moscow Pedagogical State University,  
Moscow, Russia*

**K. N. Savichev**

**Abstract.** New information and communication technologies have changed the way companies communicate and maintain relationships with their customers. Nowadays, an increasing percentage of human interaction is carried out over the Internet. Psychologists who specialize in economic psychology and mass communications believe that recent research shows the ever-increasing role of values and prosocial behavior. The results of the experimental study show the need to develop modern models of consumer behavior.

**Keywords:** Internet-advertising; values; consumer behavior; prosocial behavior; choice; purchase.

Новые информационные и коммуникационные технологии изменили способы общения компаний и поддержания отношений со своими клиентами. В настоящее время всё больший процент взаимодействия людей осуществляется через интернет. Ещё 20 лет назад можно было забронировать услугу или заказать доставку лишь по телефону, предварительно увидев рекламу по телевизору или на билборде, и даже такой товар, как программное обеспечение для компьютеров продавался на материальных носителях. Теперь же распространилась особая интернет-среда, в которой существуют свои методы дистрибуции товара, услуги и товары, которые совершенно не требуют личного взаимодействия покупателя и продавца и, конечно же, собственные правила рекламы [1].

В настоящее время в среде специалистов чувствуется ожидание, что новые технологии, такие как Интернет вещей (IoT) и блокчейн, станут следующим прорывом в маркетинге, что требует дальнейших исследований для изучения их влияния на отношения между клиентом и фирмой [3].

Психологи, специализирующиеся в области экономической психологии и массовых коммуникаций, считают, что исследования последних лет указывают на все более возрастающую роль социальной обусловленности природы человека в выборе направленности поведения, потребления и даже успеха в бизнесе. Лонгитюдные исследования, проведенные в США и Германии, представили данные, позволившие сделать вывод о том, что



пренебрежение к человеческому достоинству, циничные взгляды на человеческую природу, существенно снижают доходы людей. Именно представления о сути равноправной человеческой коммуникации и взаимодействия, мировоззренческий вектор сотрудничества, а не индивидуальные различия, диагностируемые при помощи Большой пятерки, имеют высокую степень корреляции с экономическими параметрами эффективности [4]. Люди, не руководствующиеся в своем поведении высокими идеалами, не склонные к просоциальному поведению, не доверяют людям и с большей вероятностью избегают сотрудничества. В бизнесе они инвестируют значительные средства не в развитие, а в мониторинг, контроль и средства безопасности и защиты.

Используя данные опроса, проведенного в 41 стране, исследователи представили тенденцию влияния социального контекста на выявленную взаимосвязь. «Связь между цинизмом и доходом зависит от социокультурной среды, в которой живет человек. В частности, в странах с высоким общественным цинизмом, высокими показателями асоциальности и низкими нормами просоциального поведения», циничные представления о природе человека оказывают меньшее статистическое влияние на экономическую успешность [4, с. 126].

Согласно объяснительным моделям, посвященным объяснению рекламного воздействия, можно выделить минимум три принципиальных позиций при выделении ведущих ценностей потребителей [2], целевой аудитории. Первая концепция, которую можно условно назвать рациональной, направлена на построение диалога с представителями целевой аудитории на основе логики и честного представления характеристик товара. К этой категории будут относиться такие рекламные сообщения, которые максимально подробно озвучивают условия предстоящей сделки, а также оперируют в

описаниях свойствами товара, а не потребностями потребителя.

Вторая концепция, обозначенная далее как ценностная, также напрямую обращает текст рекламного сообщения к потребительской аудитории, однако мотивирует к покупке, пробуждая вторичные мотивы, которые может удовлетворить продукт. Для рекламы, использующей в своей основе эту концепцию, характерно применение призывов к действию или обращение как к члену группы, благодаря которым представитель целевой аудитории идентифицируется как носитель ценности, однако прямой призыв к покупке товара, как правило, отсутствует.

В третьей концепции, описанной как бессознательная, ключевую роль также играют воплощаемые в рекламном сообщении ценности, однако изменяется способ их отражения: вместо прямого текста для актуализации мотивов используется правдоподобная история, частью которой может представить себя потребитель. Реклама в рамках такой концепции может содержать текст как часть истории, делающий сообщение более эмоционально-окрашенным для читателя. Могут также содержаться призывы, аналогичные рациональной и ценностной концепции, однако главное отличие состоит в том, что эти призывы составляют малую часть от композиции сообщения и обычно являются частью слогана – то есть части нарративного образа товара.

В ходе эмпирического исследования были подобраны и распределены по трем указанным выше группам 48 различных рекламных текста. Респонденты заполняли опросник в сети интернет Google-формы. Большая часть стимульного материала была представлена изображениями, как наиболее быстро просматриваемыми, а потому не энергозатратными для респондентов типами рекламы. В случаях, когда изображения содержали мелкий текст или текст на иностранном языке, он

дублировался в описании вопроса печатно на русском языке.

Процедура исследования состояла из трёх частей. В первой респондентам последовательно в 8 этапах предлагалось совершить выбор между 3 способами презентации одного сервиса цифровых услуг, отмечая тот, который, по их мнению, сильнее побуждает их к приобретению подписки на сервис. Каждый из 3 способов презентации воплощал собой одну из трёх концепций действия рекламы, описанных выше. Также респондент мог выбрать вариант «мне это не интересно», если он не пользуется цифровыми продуктами из данной категории. Этот вариант был добавлен с целью избежать искажения, связанного с целевой аудиторией предлагаемых рекламных сообщений.

Результаты, полученные с помощью Ценностного опросника Шварца, позволили выяснить, какие ценности потребитель идентифицирует в представленных образцах рекламы.

Третья часть состояла из 12 этапов, на каждом из которых респонденту предлагались два способа презентации различных цифровых продуктов, воплощающих общие ценности и относящиеся к разным концепциям рекламного действия: ценностной либо бессознательной. От респондента требовалось оценить вероятность, с которой он постарается узнать больше о продукте после просмотра данного сообщения, по десятибалльной шкале. Это позволяло одновременно сравнить, какая из двух презентаций привлекательнее для респондента, а также на основе поставленной оценки составить ранжированный список ценностей, определяющих интерес респондента к цифровому контенту.

В исследовании участвовали 25 респондентов возрастом от 25 до 53 лет, 17 женщин и 8 мужчин, все из них – жители Российской Федерации. Такая выборка по возрасту позволяет учитывать предпочтения всех совершеннолетних граждан, вовлечённых во взаимодействие с рекламой,

а ограничение по месту жительства – выявлять специфику ценностной иерархии в конкретном регионе планеты.

Во входной анкете присутствовал вопрос, выясняющий у респондента тип его наибольшего постоянного дохода (при наличии), что позволило провести дополнительный анализ с целью выявить тенденции предпочтения различных рекламных концепций в зависимости от доходов респондентов.

Первая часть исследования была направлена на выявления такого типа рекламы, который бы наиболее эффективно формировал покупательское поведение потребителей.

Наибольшее число выборов (46,4 %) получали варианты рекламных сообщений, составленных по рациональной теории, следующей по количеству выборов была реклама, соответствующая бессознательной теории (27,6 %) и на последнем месте оказалась ценностная реклама, получив 25,9 % всех выборов.

Анализ результатов по источникам доходов респондентов показывает, что среди тех, чей основной заработок составляла зарплата, иерархия несколько отличается: на второе место поднимается ценностная реклама, а разница между наибольшим и наименьшим числом выборов составляет всего 13,8 % от общего числа выборов.

Обработка результатов Ценностного опросника Шварца позволила нам составить две таблицы с ранжированными ценностями каждого респондента на уровне нормативных идеалов (того, как человек хочет себя видеть) и на уровне индивидуальных приоритетов (того, как он в действительности поступает). Наличие или отсутствия соответствия этим таблицам аналогичным образом представленных эмпирических данных позволит судить о том, какая часть ценностных ориентаций человека задействуется при взаимодействии с тем или иным типом рекламы.

В третьей части респондентам предлагалось оценить интерес к продукту на основе его презентации, которая воплощала

не называемые прямо ценности. Каждая ценность встречалась в двух сравнениях, её ранг высчитывался исходя из средней оценки рекламных сообщений, воплощающих эту ценность. Так как участники могли выбрать вариант «мне это не интересно» в случае, когда они не являются целевой аудиторией подвида продукта определённой категории, 5 респондентов (под номерами 6, 10, 12, 14 и 22) пришлось исключить из конечных таблиц в связи с отсутствием оценок по одной или более ценностей. Для остальных респондентов ценности были проранжированы и внесены в таблицы, аналогичные полученным во второй части, не изменяя порядковых номеров респондентов.

Чтобы выяснить, какая из полученных иерархий слабее отличается от каждого из ценностных уровней респондентов, нами было вычислено 4 средних суммы квадратов отклонений в соответствующих ячейках таблиц попарно. Это среднее (корень из суммы) получилось равным 39,5 для пары «нормативные идеалы – ценностный подход», 41,6 для пары «нормативные идеалы – бессознательный подход», 43,5 в паре «индивидуальные приоритеты – ценностный подход» и 39,5 в паре «индивидуальные приоритеты – бессознательный подход».

Таким образом были установлены две пары двумерных матриц, чьи ранговые значения различаются минимально. Чтобы определить степень соответствия рекламного воздействия в рамках каждой теории конкретной иерархии ценностей респондентов, следует также провести в выделенных парах корреляционный анализ по каждой ценности, применяя коэффициент корреляции Пирсона.

Результаты подсчётов показали, что величина корреляции ценностей варьируется от -0,396 до 0,065 в паре «нормативные идеалы – ценностный подход» и от -0,373 до 0,572 в паре «индивидуальные приоритеты – бессознательный подход» при критическом значении коэффициента

для данных размеров выборки равном 0,561 (уровень значимости 0,01). Таким образом, статистически значимой оказывается лишь положительная связь важности ценности достижения как индивидуального приоритета и привлекательность рекламы в бессознательном подходе, воплощающей эту ценность.

Анализ ценностных иерархий респондентов во взаимосвязи с отношением к рекламным сообщениям, в которые также заложены эти ценности, показал, что не существует статистически значимой взаимосвязи значимости отдельной ценности с величиной интереса, вызываемого рекламой, содержащей эту ценность. Исключение составила лишь ценность достижения – согласно результатам исследования, люди, для которых важно добиваться компетентности в соответствии с социально-значимыми стандартами, также будут более заинтересованы рекламным сообщением, описывающим товар как часть истории, связанной с достижением социальной компетентности.

Подобное расхождение позволяет судить о существовании некоего третьего уровня ценностей, который проявляется лишь при наблюдении рекламных сообщений. Такие ценности не важны для людей в долгосрочной перспективе и не связаны с его каждодневным поведением, но влияют на его потребительское поведение. Для исследования этого предположения возможно провести исследование отношения к рекламе с массовой выборкой и большим объёмом стимульного материала, выявить при помощи контент-анализа заключённые в этом материале ценности и определить, существует ли относительно устойчивая иерархия ценностей для всех или большинства потребителей в соответствии с данными ими ответами.

#### Библиографический список

1. Ромодина А. М., Гизатулина А. А., Никулин В. А. Влияние рекламы на пользователей, совершающих покупки через Интернет //

- Управление в современных системах. 2019. № 3 (23). – С. 23–26
2. Gauthier C., Fornerino M., Werle C. O. C., Joblibert A., Lee M. S., Sego T. Social and personal values in advertising: evidence from food advertising in South Korea // *International Studies of Management & Organization*. 2020. № 50 (2). PP. 174–200, doi: 10.1080/00208825.2020.1758422
  3. Le D., Nguyen T.-M., Quach, S., Thaichon P., Ratten, V. (2021), *The Development and Current Trends of Digital Marketing and Relationship Marketing Research* / Ed. P. Thaichon, V. Ratten // *Developing Digital Marketing*, Emerald Publishing Limited, Bingley. PP. 1–18. <https://doi.org/10.1108/978-1-80071-348-220211001>
  4. Stavrova O., Ehlebracht D. Cynical Beliefs About Human Nature and Income: Longitudinal and Cross-Cultural Analyses // *Journal of Personality and Social Psychology*. 2016, Vol. 110. No. 1. PP. 116–132.

© *Звонова Е. В., Савичев К. Н.,*  
2022

УДК 159.923:316.6

**ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ СОЗДАНИЯ ЛИЧНОГО БРЕНДА  
ПСИХОЛОГА****Е. В. Звонова**

*Кандидат педагогических наук,  
доцент,  
e-mail: zevmgpi@rambler.ru,  
Российский государственный  
социальный университет,  
студент,  
e-mail: ms\_tsvetkova@mail.ru,  
Московский педагогический  
государственный университет,  
г. Москва, Россия*

**М. С. Цветкова**

*студент,  
e-mail: ms\_tsvetkova@mail.ru,  
Московский педагогический  
государственный университет,  
г. Москва, Россия*

**PSYCHOLOGICAL ASPECTS OF CREATING A PSYCHOLOGIST'S  
PERSONAL BRAND****E. V. Zvonova**

*Candidate of Pedagogical Sciences,  
Assistant Professor,  
e-mail: zevmgpi@rambler.ru,  
Russian State Social University,  
student, e-mail: ms\_tsvetkova@mail.ru,  
Moscow Pedagogical State University,  
Moscow, Russia*

**M. S. Tsvetkova**

*student, e-mail: ms\_tsvetkova@mail.ru,  
Moscow Pedagogical State University,  
Moscow, Russia*

---

**Abstract.** For a counseling psychologist, the competent construction of a personal brand is a necessary condition for its success. Creating a personal brand is the process of creating a unique attractive image of a professional. A psychologist who is potentially able to create a successful brand can be characterized as a person with attitudes aimed at maintaining one's own identity, with developed communication skills, an adequately high level of self-esteem and a high level of neuropsychic stability and adaptability. The conducted research confirmed the hypothesis.

**Keywords:** personal brand of a psychologist; personal characteristics; effective professional communication; branding; interaction with a client.

---

Понятие «бренд» в отношении к коммерческим предприятиям известно каждому взрослому человеку. Мнение о достойной торговой марке складывается после неоднократного позитивного опыта взаимодействия и анализа информационного потока как официального, так и общественного мнения или мнения референтной группы.

Для консультирующего психолога, работающего независимо от крупных организаций правильное построение личного бренда, является необходимым условием его успешности [1; 2]. Кроме того, имея

специальные теоретические знания в области брендинга, психолог способен самостоятельно произвести оценку своих качеств.

Первое, с чем сталкивается психолог, создающий личный бренд – формирование уникального привлекательного образа [5]. Ключевым словом в этой характеристике является уникальность, так как именно она в конечном итоге даёт бренду высокий уровень лояльности клиентов и появления потенциальных клиентов [7]. Создать уникальный бренд профессионал

может, опираясь на установки эффективной самопрезентации:

1. Я другой. Мой бренд должен быть воспринят как новый и важный;

2. Я лучше. Мой бренд должен создавать впечатление меня как лучшего в своей сфере;

3. Я подлинный. Мой бренд должен быть верен себе и не должен подстраиваться под каждого человека [9].

В ходе создания и продвижения бренда профессионал будет неоднократно сталкиваться с изменениями запросов целевой аудитории. За способность находить эффективное решение в таких ситуациях конфликта интересов отвечает такая характеристика личности, как креативность, которая может положительно коррелировать с выраженностью социального капитала бренда.

Следующей задачей выступает донесение созданного образа до своей целевой аудитории. Использование цифрового пространства в современном мире необходимо для того, чтобы у бренда была возможность развиваться. В этом случае первое впечатление формируется заочно, на основе передаваемых им материальных и нематериальных атрибутов. Одним из доступных профессионалу способов развития своего бренда в данном случае является прямой рассказ о своих интересах посредством развёрнутых ответов на вопросы или ведения блога [8]. В этом случае оценке подлежат коммуникативные навыки, их форма проявления и уровень развития должны положительно коррелировать с узнаваемостью бренда и корректной идентификацией его ценностей целевой аудиторией.

Мы предположили, что психолог, потенциально способный создать успешный бренд, может быть охарактеризован, как личность с установками, направленными на сохранение собственной идентичности, с развитыми коммуникативными навыками, адекватно высоким уровнем самооценки и высоким уровнем нервно-

психической устойчивости и адаптивности.

Для проверки данного предположения были выбраны следующие методики исследования личности психолога: Анкета оценки нервно-психической устойчивости «Прогноз» Барановой Ю. А. [4]; Диагностика самоактуализации личности Лазукина А.В. (в адаптации Калина Н. Ф.) [6, с. 337–342]; Диагностика межличностных отношений Рукавишников А. А. [6, с. 155–158]; Методика исследования самооценки личности С. А. Будасси [3].

В исследовании приняли участие 40 психологов, оказывающих консультативные услуги в городе Санкт-Петербург, и Москва. Гендерное соотношение 50/50. Возрастные рамки участников исследования составляют 27–45 лет (средний возраст 34,1). Минимальный опыт в сфере оказания консультативных услуг составляет 4 года.

Исходя из проведенного анализа теоретических источников наиболее оптимальный показатель успешности бренда психолога является его узнаваемость. У каждого участника исследования была запрошена в добровольной форме информация о количестве посетителей за последний месяц. Были выбраны 2 ключевых фактора узнаваемости бренда: количество посещений и количество повторных посещений. Результаты всех участников были разделены на 3 основные группы: с высоким уровнем посещаемости (контрольная группа), со средним уровнем посещаемости (контрольная группа) и низким уровнем посещаемости (экспериментальная группа). В рамках исследования проведён корреляционный анализ между показателями успешности бренда и психологическими характеристиками личности психолога, позволяющий выявить ключевые психологические характеристики психолога, влияющих на развитие успешного бренда.

Учитывая количество выборки и типы шкал в используемых методиках в качестве критерия корреляции был выбран  $r$ -

Спирмена. Данный непараметрический критерий позволяет выявить корреляцию между 2 показателями. В качестве сравнительного критерия был выбран Н-критерий Крускала-Уоллиса, позволяющий одновременно сравнивать показатели 3 независимых групп.

Исследование проходило с 01.05.2022 по 31.05.2022.

Для определения участников по группам, разделённых по уровню посещаемости

полученные от участников исследования данные были статистически проанализированы. Длительность 1 консультации варьируется от 50 до 60 минут. Количество проведённых сеансов в месяц варьируется от 98 сеансов до 152 сеансов. Средняя нагрузка на психолога составляет 5,8 часов в день, что представляет 6 сеансов в среднем. Полученные данные позволили разделить выборку на 3 группы.

*Таблица 1*

**Распределение психологов-участников по уровню посещаемости в течение месяца**

Среднее	Стан. отклонение	Диапазон	Группа	Кол-во
122,7 сеансов в месяц	11,7	Менее 110,9	Низкий уровень посещаемости	11 респ.
		111,0–134,4	Средний уровень посещаемости	20 респ.
		Более 135,5	Высокий уровень посещаемости	9 респ.

В группах с высокой посещаемостью 24,9 % клиентов повторно посещают сеансы психолога. При этом стоит выделить, что 19,3 % клиентов делают это на систематической основе около 1 раза в 2 недели. Количество повторных посещений снижается по мере уменьшения общего количества посещений консультаций психолога.

В ходе обработки и интерпретации результатов методики «Прогноз» Барановой Ю. А. были получены сведения, указывающие на достоверность полученных материалов у всех 40 респондентов. Все участники исследования набрали менее 5 баллов по шкале лжи, имеющейся в данной методике.

Были получены сведения об уровне нервно-психической устойчивости участников исследования. Уровень психической устойчивости у участников исследования с высокой посещаемостью выше по сравнению с участниками из группы со средней и низкой посещаемостью.

*Таблица 2*

**Сравнение результатов методики Барановой Ю. А. в группах, разделённых по уровню посещаемости клиентами (в баллах)**

Наименование группы	Низкий уровень посещаемости	Средний уровень посещаемости	Высокий уровень посещаемости	Н-критерий
НПУ (в баллах)	3,9	5,4	6,4	0,05

В ходе детального анализа было обнаружено наличие корреляционной связи между показателями нервно-психической устойчивости психолога и количеством

его месячных посещений. Проведённый корреляционный анализ указывает на то, что наблюдается корреляция между показателями.

*Таблица 3*

**Результаты корреляционного анализа между показателями успешности бренда и нервно-психической устойчивости психолога**

Кол-во посещений	НПУ	г-критерий	Тип связи
122,8	4,9	0,05	Прямая

Одним из ключевых факторов развития личного бренда являются установки личности. В ходе диагностики было выявлено, что в группах, разделённых по уровням посещаемости существуют различия в ориентации по времени, выраженности потребности в познании, уровне креативности личности, её степени самостоятельности, её способности понимать собственное поведение, состояние и разнообразия выбираемых стратегий поведе-

ния в процессе социального взаимодействия.

Психологи, сумевшие в большей мере популяризировать собственный бренд и, как следствие, привлечь большую клиентскую базу, в большей степени ориентированы на события, происходящие в настоящем. Они стремятся выполнять все необходимые действия по мере их необходимости и не откладывать их выполнение на будущее.



Таблица 4

**Сравнение результатов методики Лазукина А. В. в группах, разделённых по уровню посещаемости клиентами (в баллах)**

Наименование группы	Низкий уровень посещаемости	Средний уровень посещаемости	Высокий уровень посещаемости	Н-критерий
Ориентация во времени	5,7	7,6	11,2	0,05
Ценности	7,4	6,5	7,2	0,1
Взгляд на природу человека	11,1	10,8	10,4	0,1
Потребность в познании	5,4	8,9	9,4	0,05
Креативность	5,1	8,9	13,1	0,01
Автономность	4,8	5,6	9,4	0,05
Спонтанность	6,4	7,8	6,9	0,1
Самопонимание	6,4	7,3	12,4	0,05
Аутосимпатия	5,9	7,1	6,6	0,1
Контактность	7,5	7,4	8,7	0,1
Гибкость в общении	7,8	9,4	13,1	0,01

Качественный анализ показал, что психологи-участники с низким уровнем посещаемости страниц в социальных сетях зачастую откладывают необходимые дела на будущее, что в значительной мере способно повлиять на эффективность их работы и привлекательность для клиентской аудитории.

Потребность в познании в наибольшей степени выражена у лиц с высоким уровнем успешности личного бренда. Значительные различия наблюдаются в уровне креативности: психологи с более популярными брендами проявляют большую степень креативности, что создаёт определённую уникальность процесса консультирования для клиента.

Автономность личности является частью его идентичности и описывает его способности к самостоятельному решению. У психологов с наиболее популяри-

зованным брендом уровень автономности выше, по сравнению с другими группами.

В группе психологов с относительно высокой популярностью бренда наблюдается значительно более высокий уровень самопонимания по сравнению с другими группами.

При сопоставлении результатов 3 групп было выявлено, что в группе с высокой степенью популярности бренда наблюдается наиболее высокий уровень развития гибкости в общении. Гибкость в общении представляет особым стилем личности в построении общения с собеседником. Используемые паттерны отличаются высокой степенью оригинальностью и нестандартизированностью.

Для оценки степени влияния установок личности и идентичности психолога на успешность его бренда был проведён корреляционный анализ.

*Таблица 5*

**Результаты корреляционного анализа между показателями методики  
Лазукина А. В. и показателями успешности бренда**

Шкалы теста Лазукина А. В.	Среднее значение	r-критерий	Тип связи
Ориентация во времени	11,2	0,05	Прямая
Ценности	7,2	0,1	–
Взгляд на природу человека	10,4	0,1	–
Потребность в познании	9,4	0,05	Прямая
Креативность	13,1	0,01	Прямая
Автономность	9,4	0,05	Прямая
Спонтанность	6,9	0,1	–
Самопонимание	12,4	0,05	Прямая
Аугосимпатия	6,6	0,1	–
Контактность	8,7	0,1	–
Гибкость в общении	13,1	0,01	Прямая

В результате статистического анализа удалось определить, что личностные установки, направленные на эффективное распределение собственного времени, постоянное пополнение собственных познаний как в когнитивной сфере, так и сфере эмоциональных переживаний оказывают значительное благоприятное влияние на развитие личного бренда психолога и его популяризацию.

Идентичность личности во многом отражается в идентичности личного бренда, который развивает психолог. Внутренняя идентичность личности выражается в том, насколько личность принимает собственную уникальность и какими способами реализует её.

В ходе проведённого анализа было выявлено, что личностные установки и идентичность личности психолога в значительной мере способны влиять на успешность бренда психолога. Установки во многом определяют стиль деятельности психолога, особенности его организации собственного времени и сил. Идентичность определяет индивидуальный стиль ведения консультаций. Особую роль играет здесь уникальность личности психолога, сформированность его идентичности и уровень развития его творческого мышления. Была проведена диагностика уровня развития коммуникативных навыков психологов.

*Таблица 6*

**Сравнение результатов методики Рукавишников А. А. в группах, разделённых по уровню посещаемости клиентами (в баллах)**

Наименование группы	Низкий уровень посещаемости	Средний уровень посещаемости	Высокий уровень посещаемости	Н-критерий
Ie	4.9	5.4	5.5	0.1
Iw	5.9	4.8	5.3	0.1
Се	3.4	4.8	7.1	0.01
Cw	5.4	4.3	2.4	0.05
Ae	4.2	4.8	6.7	0.05
Aw	4.9	4.4	2.7	0.05

При анализе трех аспектов коммуникации было выявлено, что психологи независимо от популярности бренда в равной мере включены в процесс коммуникации. Значительные различия начинают наблюдаться в проявлениях контроля и эмоциональности.

У психологов с более развитым личным брендом наблюдается более высокий уровень контролирования процесса социального взаимодействия. Подобные результаты согласуются с высоким уровнем автономии, диагностика которой была проведена ранее. Уровень контролирования процесса общения в значительной ме-

ре рознится между представителями 3 групп, что потенциально указывает на весомое влияние на формирование успешного личного бренда психолога.

Для выявления степени сопряженности показателей успешности личного бренда психолога и его особенностей коммуникативного поведения был проведен корреляционный анализ. В ходе корреляционного анализа удалось установить, что уровень контроля в процессе общения и эмоциональной вовлеченности влияет на успешность личного бренда психолога.

*Таблица 7*

**Результаты корреляционного анализа между показателями методики Рукавишников А. А. и показателями успешности бренда**

Шкалы теста Лазукина А. В.	Среднее значение	г-критерий	Тип связи
Ie	5,2	0,1	–
Iw	5,3	0,1	–
Се	5,1	0,01	Прямая
Cw	4,0	0,01	Обратная
Ae	5,2	0,05	Прямая
Aw	3,9	0,05	Обратная

Психологи с относительно высоким уровнем популярности бренда в большей мере склонны брать на себя личную ответственность. Полученные в процессе анализа результаты методики Рукавишника А. А. данные подтверждают аналогичные полученные при анализе результатов методики Лазукина А. В. Популярность бренда во многом зависит от автономности поведения психолога. Принимая ответственность на себя, специалист самостоятельно ищет пути к популяризации собственного бренда, что в конечном образе создает уникальный продукт, конкурентноспособный на рынке психологических услуг. Подобного рода самостоятельность позволяет сформировать идентичность

личности, которая создает бренд и как следствие идентичность именного бренда.

У психологов с высоким уровнем посещаемости в большей мере проявляется склонность к формированию эмпатийных отношений в процессе социального взаимодействия. Уровень развития коммуникативных способностей личности психолога и его стиль построения общения с клиентом во многом влияет на развитие успешного личного бренда психолога.

В рамках экспериментального исследования была собрана информация относительно уровня самооценки личности психолога развивающего собственный бренд. Особое внимание в процессе диагностики уделяется адекватности самооценки психолога.

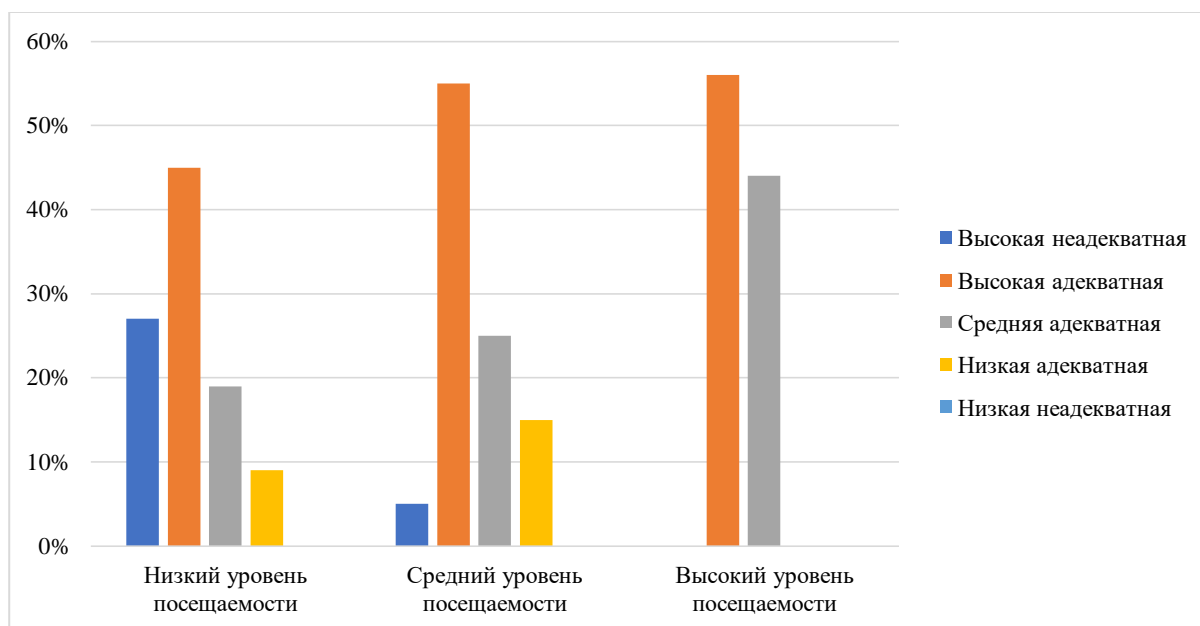
*Таблица 8*

**Сравнение результатов методики Будасси С. А. в группах, разделённых по уровню посещаемости клиентами**

Наименование группы	Низкий уровень посещаемости	Средний уровень посещаемости	Высокий уровень посещаемости	Н-критерий
Уровень самооценки	0,82	0,64	0,63	0,05

Выявлена статистическая разница в проявляемом уровне самооценки личности между психологами с относительно успешным брендом и другими группами. В группе с высоким уровнем посещаемости преобладающим типом самооценки является высокая адекватная. Выраженности среди участников данной группе неадекватной самооценки не наблюдается. В

группах со средней и низкой посещаемостью чисто лиц с неадекватной самооценкой составляет 5 % и 27 % соответственно. Уровень самооценки в значительной мере влияет на процесс коммуникации психолога и его клиента. Развитие адекватной самооценки позволяет добиться непредвзятого, толерантного отношения между психологом и его клиентом (см. рис 1).



**Рис. 1. Результаты диагностики методики самооценки личности методикой Будасси С. А. в группах, разделённых по уровню посещаемости клиентами**

В ходе проведённого экспериментального исследования удалось подтвердить, что такие психологические характеристики личности психолога, как степень его нервно-психической устойчивости, установки личности, направленные на саморазвитие и организацию собственного времени, развитая внутренняя идентичность, психологическая зрелость, уровень развития коммуникативных способностей во многом определяют успешность развития личного бренда психолога. Каждый из фактора является взаимозависимым и не может рассматриваться отдельно от других. В основе успешности личного бренда психолога лежит коммуникация с клиентом и некоторые психологические характеристики благоприятно влияют на данный процесс, обеспечивая положительное впечатление клиента о психологе, развитие доверительных партнёрских отношений и эффективность проводимой психологической работы.

**Библиографический список**

1. Ашымбекова Н. К., Лейман И. И. Создание и продвижение персонального бренда на региональном рынке практической психологии // PR и реклама в изменяющемся мире: региональный аспект. 2020. № 22. С. 6–14.
2. Довжик Г. В., Довжик В. Н., Мусатова С. А. Теоретико-методологические аспекты формирования персонального бренда в цифровой среде // Цифровая социология/Digital Sociology. 2021. № 4(2). С. 44–54. <https://doi.org/10.26425/2658-347X-2021-4-2-44-54>
3. Никиреев Е. М. Психологические особенности направленности личности. М.: Московский психолого-социальный институт, 2007. 72 с.
4. Райгородский Д. Я. Практическая психодиагностика. Методики и тесты. Самара: БАХРАХ-М, 2015. 672 с.
5. Новикова Е. К., Звонова Е. В. Продвижение экспертного блога психолога в социальной сети Instagram // Социосфера. 2021. № 3. С. 87–90.
6. Фетискин Н. П., Козлов В. В., Мануйлов Г. М. Социально-психологическая диагностика развития личности и малых групп: учебное пособие. – Саратов: Изд-во «Вузовское образование», 2014. – 390 с.
7. Хрусталева Ю. В. Интерпретация бренда личности в социальной психологии: сущностно-

- содержательные элементы и модели формирования // Акмеология, № 4 (56), 2015. – С. 136–140.
8. Gander M. (2014) Managing your personal brand, Perspectives: Policy and Practice in Higher Education, 18:3, 99-102, DOI: 10.1080/13603108.2014.913538
9. Montoya P., Vandehey T. (2008) The Brand Called You: Create a Personal Brand That Wins Attention and Grows Your Business. McGraw-Hill, New York.

© Звонова Е. В., Цветкова М. С.,  
2022

УДК 159.923:316.6

**СОЦИАЛЬНЫЕ ПРЕДСТАВЛЕНИЯ СТУДЕНТОВ ОБ УСПЕХЕ В ЖИЗНИ****В. С. Ощепков***Бакалавр,  
e-mail: oschepkovvitalya321@mail.ru,  
Московский педагогический  
государственный университет,  
г. Москва, Россия***SOCIAL PERCEPTIONS OF STUDENTS ABOUT SUCCESS IN LIFE****V. S. Oshchepkov***Bachelor of Psychology,  
e-mail: oschepkovvitalya321@mail.ru,  
Moscow Pedagogical State University,  
Moscow, Russia*

---

**Abstract.** Social representations of students about success reflect the stereotype of ideas about success in life. Features of the age development of students should link success with the process of professional self-determination and development. However, the study showed that students consider success as a semantic guideline, a certain quality of life, and in many ways a factor of fate.

**Keywords:** social ideas; students; success; success in life; the structure of social ideas; the content of ideas about success; fate.

---

Актуальность исследования определяется ведущей и значимой ролью успеха в жизни современного российского общества, сущность понятия «успех» имеет склонность видоизменяться в соответствии с тенденциями развития общества, его ценностными ориентациями. Таким образом, «успех» определяется социальным фактором.

Проблема заключается в небольшом количестве исследований, что не позволяет однозначно определять, какой смысл студенчество, как самая социально-активная группа, вкладывает в понятие успех в жизни.

Социальные представления – это общественно обыденное сознание, в котором очень сложно взаимодействуют на уровне здравого смысла различные убеждения, идеологические взгляды, знания, собственно наука, раскрывающие и во многом составляющие социальную реальность [7; 9]. Любой человек встроен в социальную реальность, а значит и осмысливает себя в ней, но и других людей в

различных жизненных ситуациях и проявлениях. Данная категория служит для систематизации и упорядочивания различных событий и явлений, что позволяет субъекту в дальнейшем целостно выстраивать сложную и многоплановую картину мира [2; 3; 4; 8].

Социальные представления сложно изучаемы, поскольку универсальны в когнитивном аспекте, они включают в себя все формы познания и в дальнейшей структурируются в индивидуальном сознании [1].

Социальные представления влияют на качество взаимоотношений людей, на развитие личности, поскольку структурируют и адаптируют предыдущую информацию, а также формируют его картину мира и накладывают определённый отпечаток [6]. Социальные представления молодого поколения об успехе, в настоящее время, зачастую связаны с материальным благополучием и везением. Однако феномен успеха, в рамках современной культуры, на наш взгляд, является недостаточ-

но изученным, так как образ успешного человека непрерывно меняется.

Для эмпирического анализа содержания и структуры социальных представлений об успехе в жизни использовался метод, предложенный П. Вержесом (Verges, 1992); данный метод уже ряд лет с успехом используется в изучении социальных представлений.

Структурный подход к анализу социальных представлений позволяет в определенной мере предвосхитить возможные изменения в динамике представлений об успехе в жизни, возникающие вследствие ответа на изменения в студенческой среде. Согласно модели трансформации социальных представлений К. Фламена,

степень трансформации поля представления может быть различной – от изменения его периферических элементов до радикальных изменений, затрагивающих центральное ядро [5].

**Выборка:** 20 человек (10 человек мужского пола / 10 человек женского пола) возраст от 18–24 лет.

На первом этапе был проведен прототипический анализ П. Вержеса. Участники исследования должны были написать ответ на вопрос: «Что у вас ассоциируется с выражением «успех в жизни»?

В таблице 1 представлены ассоциации, образующие ядро и периферию представлений об успехе с указанием их среднего ранга и частоты встречаемости.

Таблица 1

**Структурный статус элементов социального представления респондентов об успехе**

Частота ассоциации	Средний ранг ассоциации	
	Менее 3,65	Более или равен 3,65
Более или равна 18	«удача» (13; 3,01) «победа» (11; 2,84) «работа» (11; 3,53) «счастье» (12; 2,59) «успешный» (7; 2,48) «учеба» (7; 2,55) «фортуна» (12; 2,87) «цель» (4; 2,69) «любовь» (9; 3,06) «жизнь» (5; 2,80) «карьера» (13; 2,57) «радость» (9; 2,58) «богатство» (4; 2,18) «популярность» (12; 2,51)	«известность» (5; 3,76) «власть» (6; 3,89) «машина» (10; 3,86) «успешность» (5; 3,89) «бизнесмен» (10; 4,30) «дом» (5; 3,91) «хвастовство» (14; 4,67) «гордость» (10; 4,90)
Менее 18	«добиться» (7; 2,29) «стремление» (8; 3,25) «медаль» (16; 3,19) «сделка» (11; 3,09) «успех в жизни» (15; 3,07) «триумф» (9; 3,56)	«знаменитость» (3; 3,67) «зависть» (8; 3,88) «улыбка» (12; 4,67) «красота» (8; 4,75) «люди» (13; 3,92) «богато» (7; 3,94)



Примечание к табл. 1. Здесь и далее 1-е число означает частоту встречаемости этого понятия, 2-е – ранг его появления.

Анализ данных прототипического анализа ассоциаций, приведенных респондентами на слово «успех», показал, что в число элементов ядра представления об успехе вошли следующие ассоциации: «удача», «победа», «работа», «счастье», «успешный», «учеба», «фортуна», «цель», «любовь», «жизнь», «карьера», «радость», «богатство», «популярность».

Собственно периферическая система представления об успехе образована такими понятиями, как «знаменитость», «зависть», «улыбка», «красота», «люди», «богато».

В потенциальную зону изменений вошли «добиться», «стремление», «медаль», «сделка», «успех в жизни», «триумф».

Отметим, что ввиду большого количества ассоциаций в таблицах представлены только те ассоциации, у которых высокая частота встречаемости.

Оценка ассоциаций может быть представлена в виде позитивной и негативной оценки, как видно из представленных ассоциаций, позитивные ассоциации (как, например, «удача», «победа», «фортуна», «любовь», «жизнь», «радость») доминируют над негативными («власть», «хвастовство», «гордость»).

На втором этапе исследования была сделана рассылка тем же респондентам роликов следующего содержания:

- Небольшой рекламный ролик с явным образом успешной жизни, связанной с материальным достатком. Ролик показывался без звука;
- Небольшой рекламный ролик со скрытым образом не успешной жизни, т.е.

без набора стереотипных представлений об успешной жизни (красивые дома, яхты, машины и т.д.), с акцентом на достижения в области наук, карьеры и т.д. Ролик показывался без звука.

Респондентам после просмотра каждого из роликов необходимо ответить на вопрос: «Соответствует ли увиденное вашему представлению об успехе?». Варианты ответов: от «нет, не согласен» (1 балл), «совершенно согласен» – 5 баллов.

Далее был проведен сравнительный анализ. В специальной анкете респондентам предлагалось оценить по 5-ти балльной шкале, в какой степени представления об успехе на роликах совпадают с их представлениями. Использовалась оценочная шкала, составленная Т.П. Емельяновой с учетом рекомендаций Ж.-К. Абрика, в которой предлагается вычислять при анализе структуры социальных представлений коэффициент позитивных ответов ТСП (Taux categorique positif).

$$TSP = \frac{n(4) + n(5)}{N} \cdot 100$$

где n(4) – число ответов «согласен», n(5) – число ответов «совершенно согласен», N – общее число ответов. Вычисление коэффициента позитивных ответов дает возможность построить предположение об особенностях структуры социальных представлений и выявить элементы, принадлежащие к ядру и периферии этих представлений.

В таблице 2 представлены ассоциации, образующие ядро и периферию представлений об успехе и успешной жизни с указанием их среднего ранга и частоты встречаемости.

Таблица 2

**Структурный статус элементов социального представления респондентов об успешной жизни**

Частота ассоциации	Менее 3,66	Более или равен 3,66
Более или равна 27	«процветание» (7; 3,07) «перспектива» (5; 2,47) «продвижение» (12; 2,59) «карьерист» (14; 1,93) «почет» (19; 3,61) «ликование» (16; 2,17) «лучшее» (13; 3, 64) «энтузиаст» (6; 2,98) «потеха» (17; 2,21) «преодоление» (13; 2,01) «счастливец» (8; 2,12) «свершение» (11; 3,61) «хвала» (8; 2,60)	«счастливец» (17; 3,78) «жизнь» (7; 3,96) «увлечение» (9; 3,97) «возможность» (12; 4,03) «целеустремленность» (8; 3,99) «стимул» (10; 3,87) «попытка» (10; 4,03) «потенциал» (10; 3,74) «знакомства» (9; 3,85) «общедоступность» (16; 3,97) «команда» (15; 3,73) «популярность» (11; 3,68) «работа» (17; 3,70) «польза» (8; 4,11) «помощь» (14; 3,74) «рывок» (5; 3,85) «восторг» (13; 3,69) «радоваться» (13; 3,79) «легкость» (12; 4,00)
Менее 27	«везение» (14; 3,63) «популярность» (10; 3,09) «отвлечение» (15; 3,60) «взлет» (11; 3,48)	«репутация» (14; 4,08) «будущее» (9; 4,16) «поиск» (16; 3,85) «знание» (11; 3,90) «спортсмен» (8; 3, 89) «тренды» (12; 3,86) «молодость» (16; 3,92) «победы» (8; 4,0)

Анализ данных прототипического анализа ассоциаций, приведенных респондентами на слово «успешная жизнь», показал, что в число элементов ядра представления об успехе вошли следующие ассоциации: «процветание»; «перспектива»; «продвижение»; «карьерист»; «почет»; «ликование»; «лучшее»; «энтузиаст»; «потеха»; «преодоление»; «счастливец»; «свершение»; «хвала».

Собственно периферическая система представления об успешной жизни пред-

ставлена такими понятиями, как репутация»; «будущее»; «поиск»; «знание»; «спортсмен»; «тренды»; «молодость»; «победы». В потенциальную зону изменений вошли слова: «везение»; «популярность»; «отвлечение»; «взлет».

Обобщая полученные данные можно сделать вывод, что социальные представления об успехе находятся не полностью в положительном поле: успех наделяется амбивалентными характеристиками – начиная от необходимости и полезности и

заканчивая зависимостью – и сравнениями с мировыми тенденциями. Негативные ассоциации связываются как с манипулятивными возможностями успешной жизни, с ложными представлениями, так и с большим количеством положительных ассоциаций, кроме того, респонденты негативно оценивали необходимость траты всего свободного времени в целях достижения высокого заработка.

В целом успех оценивается как необходимая полезная составляющая жизни и наделяется респондентами более положительными характеристиками, как личностно значимое пространство, которое транслирует определенные смыслы и ценности, а также реализует различные значимые функции, по сравнению с успешной жизнью, которая не воспринимается в качестве незаменимого атрибута жизни, а скорее, как образ жизни, играющего развлекательную роль, транслирующего богатство и изобилие.

Успех рассматривается студентами как смысловой ориентир, качество жизни, элемент везения или развлечения.

#### Библиографический список

1. Андреева Г.М. Социальное познание и социальные проблемы // Национальный психологический журнал. 2013. № 1 (9). С. 39–49.
2. Бовина И. Б., Стефаненко Т. Г., Тихомандрицкая О. А., Малышева Н. Г., Голынчик Е. О. Обыденные представления молодежи о России в современном мире // Горизонты гуманитарного знания. 2010. № 2. С. 10.
3. Бриль М.С. Социальные представления об агрессии в поликультурной среде : Автореферат диссертации ... кандидата психологических наук. – Санкт-Петербург, 2013. – 24 с.
4. Емельянова Т. П. Социальные представления: история, теория и эмпирические исследования. – М.: ИП РАН, 2016. – 476 с.
5. Жижина М.В. Исследование взаимосвязи социальных представлений о масс-медиа с медиаповедением личности // Социосфера. 2012. № 2. – С. 43–51.
6. Звонова Е. В. Социальные представления как процессы коллективного смыслообразования, порождающие социальные связи, объединяющие общества, организации и группы // Новая наука: история становления, современное состояние, перспективы развития. Коллективная монография / под редакцией А. А. Сукиасян. – Уфа, 2021. – С. 178–192.
7. Московиси С. Социальное представление: Исторический взгляд // Психологический журнал. 1995. Т. 16. № 1. – С. 3–18.
8. Пащенко-де Перевиль Е., Дрозда-Сенковская Е. Социальные представления об ответственности у молодежи России и Франции: кросскультурный анализ // Психологический журнал. 2013. Том 34. № 2. – С. 87–98.
9. Jodelet, D. La victimisation vue sous l'angle de la psychologie sociale: L'apport de Serge Moscovici, 2015. – 130(4), 41–52.

© *Ощепков В. С.*, 2022

УДК 327

## ДИСКУРС ОБ АМЕРИКАНСКОЙ ИМПЕРИИ В НЕОКОНСЕРВАТИВНОЙ И НЕОЛИБЕРАЛЬНОЙ ИДЕОЛОГИЯХ

О. А. Хлопов

*Кандидат политических наук, доцент,  
ORCID: 0000-0002-5702-8288,  
e-mail: rggu2007@rambler.ru,  
Российский государственный  
гуманитарный университет,  
г. Москва, Россия*

## THE DISCOURSE ON THE AMERICAN EMPIRE IN NEOCONSERVATIVE AND NEOLIBERAL IDEOLOGIES

O. A. Khloпов

*Candidate of Political Sciences, Associate Professor,  
ORCID: 0000-0002-5702-8288,  
e-mail: rggu2007@rambler.ru,  
Russian State University for the Humanities,  
Moscow, Russia*

**Abstract.** The article analyses the prerequisites for the beginning of a discourse about the representation of the United States as an empire, which changed significantly in the second half of the 20th century, presents the assessments and the contribution of the neoconservative and neoliberal ideas to the US foreign policy. The author reveals the inability of neoconservative and neoliberal American thinkers to reconsider the US foreign policy positions in the light of modern global changes.

The author argues that the ideological and conceptual content of these paradigms have not only theoretical and academic importance, but they also contribute to the creation of US imperial ambitions based on the expansion and implementation of democratic, liberal procedures, norms and institutions in various regions of the world with the help of using hard power. Such an «fundamental» approach contributes to the very crisis that the US claim to resolve.

**Keywords:** empire; neoconservatism; neoliberalism; ideology; American imperialism; soft power; USA.

### Понятие «империя» в американском дискурсе

Понятие «империя» использовалось американскими писателями задолго до обретения независимости от Великобритании. В таких случаях «империя» не означала геополитическую сферу, а была взаимозаменяема с понятиями «власть» и «суверенитет» и синонимом «власти» или «суверенитета» в продолжении имперского дискурса, который британская и, в более широком смысле, европейская политическая философия переняли у христианских представлений об универсальной монархии, сформулированных в Средние века [7].

В результате в период раннего Нового времени у понятия «империя» отсутствовали негативные коннотации, приобретенные в конце XVIII и начале XIX веков в ответ на европейскую гегемонию и эксплуатацию, в результате чего американские колонисты возражали против термина «колония», но не против «империя» [16].

Таким образом, империя рассматривалась не как угроза демократии и свободе, а как средство, с помощью которого эти идеалы могли поддерживаться. Этому способствовало все большее распространение в дискурсах XVIII века о колониях образа республиканского Рима и связи

между народным суверенитетом и государственной властью. Уильям Блэкстоун, один из первых комментаторов суверенной юрисдикции в быстро удаляющихся американских колониях, определил «империю» как «высшую, непреодолимую, абсолютно неконтролируемую власть, в которой существуют «права суверенитета» (*jura summi imperii*). В этом отношении «Американская империя» как совокупность более высоких универсальных идей стала государством с «обязательством, не иметь территориальных или политических границ» [23]. Такая концепция понимания «империи» как выражения вновь обретенной суверенной власти наиболее широко использовалась Томасом Джефферсоном, который неоднократно подчеркивал эту тему в своем политическом эссе «Империя свободы». Этот дискурс завершился в 1809 г. его заявлением о том, что «ни одна конституция никогда прежде не была так хорошо рассчитана, как наша для расширения обширной империи и самоуправления» [23, с. 26]

В поисках новых земель для возделывания и возможностей для эксплуатации постоянно растущее число поселенцев, спасающихся от угнетения в Старом Свете, способствовало экспансии как географической, так и идеологической, продвигая вперед «границу свободы». Это светское господство поощряло господствовавшее в США убеждение, что Америка представляет собой исключение из европейских политических норм. Вместо этого Америка представлялась тем, что Джон Уинтроп описал в 1630 г. как «Город на холме» [7, с. 7]; Америка и ее зарождающаяся империя стала исключительными государством, а не продолжением европейских мотивов построения империи.

Хотя имперские аналогии с современными США используются слишком часто, нельзя отрицать, что римская цивилизация – скорее воображение Рима, чем его реальность – оказала значительное влияние на американское политическое само-

восприятие. Антагонизм между британцами и американцами, в течение десятилетий до 1776 г. в подавляющем большинстве случаев был обусловлен ссылками на республиканский Рим, его основополагающие философские обязательства и сопутствующий учет институтов, а также политических прав и обязанностей [13, с. 76–77].

После обретения независимости в дискуссиях о том, как структурировать новое общество, таких как те, что были поддержаны Федералистскими документами и антифедералистскими документами, снова преобладали уроки, извлеченные из Рима. Особенно заметно в этом представлении Цицерона о Риме как о добром защитнике (патроциниум), а не как о завоевателе (империум) цивилизации. Задолго до обретения независимости и ускорившееся впоследствии представление об империи-хранителе, а не об империи-завоевателе легло в основу о представлении о зарождающихся США [22]. Представление о «явной судьбе» американской экспансии на континенте поддерживалось различием в джефферсоновской «империи свободы» между политическими средствами и философскими целями, которые провозглашали что «империя Свободы не должна была быть ни изолированным политическим образованием, ни империалистической силой для принудительного распространения идеалов свободы: и удерживать имперское господство не оружием или политической властью, а чистым величием идей и идеалов» [23].

Федеральная государственная система позволила новым областям расселения воспроизвести джефферсоновскую федералистскую модель децентрализованного правительства и полуавтономных сообществ, осуществляющих права верховной власти, одновременно заменяя неэффективный, централизованный и отдаленный империализм британского типа эффективным самоуправлением внутри штатов [19]. В этом отношении Американская

империя была основана на том, что американские историки называют «сетевой силой»; «демократическое взаимодействие властей, объединенных в сети, конституционное формирование ограничений и равновесий, сдержек и противовесов, которое одновременно составляет центральную власть и поддерживает власть в руках множества» [8].

Такое понимание ранней американской империи воспроизводится в ряде политических и философских концепциях. Следовательно, США нельзя назвать классической империей, поскольку в них власть делегируется волей большинством, и если оно не одобряет внутренней или внешней политики институтов, то меняет или обновляет власть [1]. Однако, особенно начиная с 1945 г., представление об Америке как империи получает другое значение.

Так британский историк Нейл Фергюсон утверждает, что мир был бы лучше, если бы Соединенные Штаты признали свою имперскую природу и приступил к управлению своей империей в связным и последовательным образом. Таким образом, задача для Фергюсона не в понимании почему Америка является империей, а скорее почему американцам так трудно смириться со своим имперским статусом [4].

Далее мы проследим, каким образом две ключевые парадигмы – неоконсерватизм и неолиберализм – описывают Американскую империю и отвечают на вызовы США за последние десятилетия, когда возможности для расширения американской демократии стали ограничены возникающими неудачами – интервенция в Афганистане и Ираке, экономический размах финансового кризиса 2008–2009 гг., политические результаты президентства Д. Трампа и «проблемное президентство» Джо Байдена. Хотя эти два подхода различаются и рассматривают современную внешнюю политику США совершенно по-разному, их объединяет идеологическая приверженность элемен-

там классического либерализма и вера в продвижение американских ценностей за рубежом, даже если для этого необходимо применить силу.

### **Неоконсерватизм о роли США в мировом порядке**

Неоконсерватизм это политическая идеология и общественно-политическое движение, зародившееся в Соединенных Штатах в 1960-е гг. среди либеральных ястребов, которые разочаровались в пацифистской внешней политике демократической партии, а также в растущем числе новых левых. Некоторые сторонники также начали сомневаться в своих либеральных убеждениях в отношении внутренней политики США. Неоконсерваторы обычно выступают за продвижение демократии и интервенционизма в международных делах, включая мир через силу.

Хотя неоконсерватизм наиболее явно ассоциируется с президентством Дж. Буша-мл., его идеологическое и концептуальное обоснование возникло из работы группы американских либералов, разочарованных нежеланием демократов решительно отстаивать либеральные ценности во враждебном мире с помощью жесткой силы [3].

На рубеже XX–XXI вв. взгляды и работы таких неконсерваторов как Пол Вулфовиц, Уильям Кристол, Роберт Каган и Чарльз Краутхаммер. Их работы стали влиять на концептуальное оформление внешней политики США и их союзников [9].

Вдохновленные защитой джефферсоновской империи свободы, они долгое время поддерживали то, что было определено как «глобальный унитаризм на моральной арене» [3, с. 83], и представили обоснования и причины превращения Америки в глобальную сверхдержаву в 1990-е гг.

Контекст «холодной войны», а затем «война с террором» придала неоконсерватизму импульс в своем развитии, на фоне которых США следует продвигать демократию в своей внешней политике. Это проявилось в той последовательности, с

которой неоконсерваторы, такие как Роберт Каган, Пол Вулфовиц и Уильям Кристол, следовали за Ирвингом Кристолом, крестным отцом неоконсерватизма, веря в непреходящую потребность США в одностороннем порядке сохранить Pax Americana [24], а «уничтожение монстров стало предпосылкой для создания Американской империи, а Американская империя была предпосылкой для Империи свободы» [11].

Однако до сих пор ведутся споры о том, в какой степени демократия, а не американская однополярность является ключевой основополагающей ценностью неоконсервативной мысли [21].

Неоконсерваторы часто заявляют об основополагающей важности американской однополярности, а ценность демократии проистекает из ее американского характера. В этом отношении концептуализация демократии несовершенна, поскольку либеральная представительная демократия долгое время продвигалась как нейтральное средство мирного отстаивания интересов индивидуумов. Однако неоконсервативное оправдание продвижения демократии часто ссылается на социальную инженерию на основе нелиберальных способов. Свержение авторитарных режимов, таких как Советский Союз и саддамовский Ирак, часто представлялось ими, как средство освобождения людей от предпочтений и «ложного сознания», которые, в конечном счете, расходятся с их реальными интересами. Радикальные, революционные действия стали ключевым направлением неоконсервативной внешней политики США в ответе на глобальные события. Ряд неоконсерваторов признали «возвращение истории» [12] в появлении многополярности «американского кризиса» [20] и возможность цикла упадка, который был выявлена в различных парадигмах. В своих работах Роберт Гилпин, Дэвид Каллео, Пол Кеннеди и Роберт Кеохейн утверждали, что выявили симптомы упадка еще в 1980-х гг. [15].

Неоконсервативные взгляды на упадок роли США основаны на том, что мировой порядок, созданный после Второй мировой войны 1945 г. больше не функционирует, и что интернационализм потерпел крах, но его можно воскресить [10].

Американские историки консервативных взглядов признают тот факт, что имперское господство циклично и переходит от одного общества к другому (в данном случае, Китаю), в то время как Лейн, утверждал, что новый порядок будет зависеть от приверженности Пекина к созданию альтернативы интервенционистскому институционализму под руководством США [14].

Даже те неоконсерваторы, которые признают возможность «заката США», предполагают, что некоторые исторические исследования преувеличивают американскую активность в прошлом и недооценивают ее в настоящем. Как утверждает Роберт Каган «многие из сегодняшних впечатлений об упадке американского влияния основаны на ностальгическом заблуждении, что когда-то было время, когда Соединенные Штаты могли изменить весь мир в соответствии со своими желаниями. Этот образ прошлого – иллюзия. Такого времени никогда не было» [12].

Ф. Фукуяма, который в 2004 г. выступил с критикой в отношении действий администрации Дж. Буша-мл. и покинул лагерь неоконсерваторов, отмечает, что США «не смогли предвидеть потребности в умиротворении и реконструкции Ирака и были слишком оптимистичны в своей оценке легкости, с которой широкомасштабная социальная инженерия может быть достигнуто». США применили жесткую силу, чтобы свергнуть тирана и установить представительную демократию.

Результатом стало создание политической системы, раздираемой межконфессиональным конфликтом и подрывом главенства и однополярности США, роспуск неоконсервативного мозгового центра «Проекта для нового американского века»

в 2006 г., трансформировавшийся в проект «Внешнеполитическая инициатива», который также был закрыт в 2017 г., что свидетельствует о кризисе неконсервативных идей во внешней политике США.

Однако тот факт, что такие внешнеполитические идеологи, как П. Вулфовиц, И. Кристол и Р. Каган могут утверждать, что неудачи были вызваны недостаточным, а не чрезмерным применением жесткой силы, указывает то, что еще рано списывать неоконсерватизм. Тот факт, что хаос современного Ближнего Востока не поколебал веру некоторых неоконсерваторов в применении военной силы, свидетельствует о том, что такой подход несет с собой опасность военной катастрофы.

#### **Неолиберализм об имперской «мягкой силе» США**

Если неоконсерватизм сосредоточен на продвижении демократии и либеральных ценностей, с помощью принудительных или военных средств, то неолиберализм с 1990-х гг. сделал ставку на важность американской культурной гегемонии и ценности капитала для интересов США. Джозеф Най, яркий представитель неолиберализма и автор концепции «мягкой силы» при оценке международной роли США опасается использовать термин «империя» потому, что империи поводят принудительную политику, а не по согласию, и отчасти потому, что некорректно сравнение США и Императорского Рима [17]. Либерализм и его склонность к сотрудничеству и взаимозависимости через рынок, как полагает Най, наделяют американскую культуру уникальной исторической ценностью для людей, которая, по мнению либералов, способна вовлечь различных людей в единую социальную сферу.

Это связано с тем, что способность американского либерализма создавать устойчивые институты позволяет рациональным, эгоистичным людям эффективно и мирно преследовать свои интересы, а институты уменьшают неопределенность, снижают транзакционные издержки и решают проблемы коллективных действий [17].

В то время как неоконсерватизм грубо ссылается на демократию как на основополагающую ценность, неолиберализм поддерживает гораздо более широкий набор институциональных механизмов, сводящихся к защите негативной свободы, частной собственности и рынка.

Наиболее четкое историческое изложение этой позиции исходит от президента США Вудро Вильсона, который полагал, что сосуществование и сотрудничество с государствами возможны только в том случае, если эти государства живут в соответствии с либеральным международным правом. Вильсон в своих «Четырнадцати пунктах» выступал за «всеобщую ассоциацию наций для предоставления взаимных гарантий политической независимости и территориальной целостности всем государствам» [25]. Как следствие, и в соответствии с описаниями Цицерона и Джефферсона патронамиальной империи свободы, неолибералы стали приверженцами распространения «либерального государства» посредством интервенции как ключевого «императива внешней политики».

Однако, в резком контрасте с неоконсерватизма жесткой силой, неолиберальный институционализм Дж. Най фокусируется на «мягкой силе»: «способности получить то, что вы хотите, посредством привлечения, а не принуждения или оплаты... вытекающей из привлекательности культуры страны».

После Второй мировой войны имперское превосходство Америки было далеко не неизбежным, но США оказались державой с существующим философским проектом и легитимностью для надзора за построения неформальной империей, а успех этой «империи по приглашению» [6] был продемонстрирован интеграцией с бывшими врагами – Германией и Японией.

В своих работах Дж. Най и неолибералы ясно дают понять, что сегодня Соединенные Штаты не являются империей в том смысле, в каком мы думаем о европейских заморских империях XIX и XX веков, потому что основной чертой такого



империализма был прямой политической контроль. По сути, центр империализма сместился с европейского стиля колониализма западных государств, загнанных в неравноправные отношения власти, к новому неформальному/гегемонистскому соглашению между развитыми обществами, разделяющими равенство в рамках «добровольного империализма глобальной экономики» [2, с. 18].

Свободная торговля позволили США проникать в когда-то изолированные общества благодаря превосходству их товаров. Для неолибералов американская «мягкая сила» является мощной внешнеполитической силой именно потому, что она не распространяется силой оружия, она привлекает и играет «решающую роль в продвижении демократии, прав человека и открытых рынков», поскольку «легче привлечь людей к демократии, чем заставить их быть демократическими» [17].

Вопреки геополитическому соперничеству неоконсервативных взглядов с нулевой суммой, Дж. Най признает, что США нуждаются в союзниках, но теперь они в большей степени, чем раньше, способны действовать, не опасаясь соперников. Он считает, что Китай по своей сути не способен бросить вызов США на глобальном уровне, хотя у него есть потенциал стать региональной державой и вытеснить интересы США за пределы материковой части Восточной Азии и стран АСЕАН [18]. По его мнению, КНР не способна преодолеть сложившиеся десятилетиями американские частные и государственные коммерческие, образовательные, религиозные, политические и военные институты, с помощью которых США добились влияния во все более англоязычном мире [17].

Такой анализ проистекает из веры в то, что международные неолиберальные институты способны обеспечить, чтобы по мере институционализации эти общества становились более похожими на саму Америку. По сути, альтернативы либера-

лизму просто демонстрируют его непреходящую ценность и подтверждают, что модель нужно просто доработать и применить заново, приложив больше усилий.

Эта позиция очевидна в утверждении Дьюдни и Икенберри о том, что «средством решения проблем либеральной демократии является более либеральная демократия; либерализм содержит в себе семена собственного спасения», т.е. это кризис американского управления либеральным порядком, а не самого либерального порядка [10].

Таким образом, решение проблемы заключается в большей мягкой силе за счет укрепления либеральных институтов. США может не хватать грубой мощи и уверенности в себе имперского «золотого века» 1945–2001 гг., но неолибералы по-прежнему убеждены, что американское превосходство можно сохранить посредством реформ.

Дж. Най предвосхищает опасения экспертов по поводу того, что долг США негативно влияет на проецирование власти. В случае, если американские институты не адаптируются или общественное доверие к американским институтам быстро уменьшится [17, с. 88], американская мощь ослабнет. Внутренние социальные проблемы в США, которые отчетливо начали проявляться о времени администрации Д. Трампа, сегодня усугубляют социальную раздробленность и недоверие к общественному порядку и правительству.

Однако, есть и те кто, охраняют веру в превосходство Америки, и что социальные реформы, заложенные в повестке дня Трампа «Америка прежде всего», и экологической политики Джо Байдена на самом деле смогут вернуть Америке первенство и лидерство в либеральном международном порядке, а не просто поддерживать США как одно из нескольких равноценных государств.

Подводя итог, следует отметить, что тема «империя свободы», впервые разработанная Томасом Джефферсоном для

определения ответственности Соединенных Штатов за распространение свободы по всему миру. Джефферсон видел миссию США с точки зрения подачи примера, экспансии в западную часть Северной Америки и вмешательства за границу. В истории внешней политики США Империя Свободы послужила мотивацией для ведения испано-американской войны (1898), Первой мировой войны (1917–1918.), Второй мировой войны (1941–1945), «холодная война» (1947–1991) и война с терроризмом в начале 2000-х гг.

Несомненно, что имперское начало и глобальное лидерство глубоко укоренились в сознании американцев и политической элиты США. Как неоконсерваторы, так и неолибералы принципиально верят в незыблемую подлинность своих концепций и практик. Для неолибералов недостатки объясняются недостаточной частотой применения и количеством демократических норм и институтов, для неконсерваторов – не в полной мере применение жесткой силы для борьбы с автократией и тиранией.

Нежелание американской политической элиты взаимодействовать с реальностью, адаптировать концепции к трансформации современной мировой системы, неспособность формировать конструктивную политику – все это ведет именно к тем кризисам, которые неолиберализм и неконсерватизм претендует на устранение, что приводит к рискам в результате проводимой внешней политики США.

#### Библиографический список

1. Согрин В. В. Американская империя как исторический и современный феномен // Новая и новейшая история. 2016. № 3. С. 91–109.
2. Cooper R. The Post-modern State and the World order. Demos. 2000.
3. Dorrien G. Imperial Designs: Neoconservatism and the New Pax Americana. Routledge, 2013.
4. Ferguson N. Colossus: The Price of America's Empire // New York: Penguin Press. Ferguson УН., 1991.
5. Ferguson N. Mansbach R.W. Between Celebration and Despair: Constructive Suggestions for Future International Theory // International Studies Quarterly. 1991. Vol. 35. №. 4. Pp. 363–386.
6. Gordon P. H., Shapiro J. Allies at War: America, Europe, and the Crisis over Iraq. McGraw-Hill Companies. 2004.
7. Greene J. P. Peripheries and Center: Constitutional Development in the Extended Politics of the British Empire and the United States, 1607–1788. WW Norton, 1990.
8. Hardt M., Negri A. Empire. Cambridge, Mass: Harvard University Press. 2001.
9. Halper S., Clarke J. America Alone: The neo-conservatives and the Global Order. Cambridge University Press, 2004.
10. Ikenberry G. J. The End of Liberal International Order? //International Affairs. 2018. Vol. 94. № 1. Pp. 7–23.
11. Immerman R. H. Empire for Liberty // Empire for Liberty. Princeton University Press. 2010.
12. Kagan R. The world America made. Vintage, 2013.
13. Kramnick I. The Federalist Papers. 1988.
14. Layne C. The US-Chinese Power Shift and the End of the Pax Americana // International Affairs. 2018. Vol. 94. №. 1. Pp. 89–111.
15. Lundestad G. The Rise and Decline of the American Empire: Power and Its Limits in Comparative Perspective. OUP Oxford. 2012.
16. Maier C. S. Among Empires. Harvard University Press. 2009.
17. Nye Jr J. Is the American century over?. John Wiley & Sons, 2015.
18. Nye Jr. J. Soft Power: the Origins and Political Progress of a Concept // Palgrave communications. 2017. Vol. 3. №. 1. Pp. 1–3.
19. Panitch L., Gindin S. Global Capitalism and American Empire // Socialist Register. 2004. Vol. 40.
20. Rachman G. Zero-sum future: American Power in an Age of Anxiety. Simon and Schuster. 2012.
21. Ryan M. Exporting Democracy // Neoconservatism and the Limits of Military Intervention. 1989. Vol. 2008. Pp. 491–515.
22. Schiavone A. The End of the Past: Ancient Rome and the Modern West. Harvard University Press. 2000.
23. Tucker R. W., Hendrickson D. C. Empire of Liberty: the Statecraft of Thomas Jefferson. Oxford University Press, USA. 1990.
24. Wolfowitz P. What Comes After the Syria Strikes. American Enterprise Institute, 11 April. 2017. URL: <http://www.aei.org/publication/what-comes-after-the-syria-strik>
25. Wilson W. 1918. The Fourteen Points. Speech to United States Congress 8 January. New Haven, CT: The Avalon Project. URL: [http://avalon.law.yale.edu/20th\\_century/wilson14.asp](http://avalon.law.yale.edu/20th_century/wilson14.asp) (дата обращения 07.08.2022).

© Хлопов О. А., 2022

---

---

## ПРАВИЛА ДЛЯ АВТОРОВ

Материалы представляются в электронном виде на e-mail: **sociosphere@yandex.ru**. Каждая статья должна иметь **УДК**. Формат страницы А4 (210x297 мм). Поля: верхнее, нижнее и правое – 2 см, левое – 3 см; интервал полуторный; отступ – 1,25; размер (кегель) – 14; тип – Times New Roman, стиль – Обычный. Название печатается прописными буквами, шрифт жирный, выравнивание по центру. На второй строчке печатаются инициалы и фамилия автора(ов), выравнивание по центру. На третьей строчке – полное название организации, город, страна, e-mail, выравнивание по центру. После пропущенной строки печатается название на английском языке. На следующей строке фамилия авторов на английском. Далее название организации, город и страна на английском языке, e-mail. В статьях на английском языке дублировать название, автора и место работы автора на другом языке не надо. После пропущенной строки следует аннотация на английском (600–800 знаков) и ключевые слова (5–10) на английском языке. После пропущенной строки печатается текст статьи. Графики, рисунки, таблицы вставляются, как внедренный объект должны входить в общий объем тезисов. Номера библиографических ссылок в тексте даются в квадратных скобках, а их список – в конце текста со сплошной нумерацией. Источники и литература в списке перечисляются в алфавитном порядке, одному номеру соответствует 1 источник. Ссылки расставляются вручную. При

необходимости допускают подстрочные сноски. Они должны быть оформлены таким же шрифтом, как и основной текст. Объем статьи может составлять 6–15 страниц. Сведения об авторе располагаются после текста статьи и не учитывается при подсчете объема публикации. Авторы, не имеющие ученой степени, предоставляют отзыв научного руководителя или выписку заседания кафедры о рекомендации статьи к публикации.

Материалы должны быть подготовлены в текстовом редакторе Microsoft Word, тщательно выверены и отредактированы. Имя файла, отправляемого по e-mail, иметь вид СФ-ФИО, например: **СФ-Петров ИВ** или **SF-German P**. Файл со статьей должен быть с расширением doc или docx.

### Сведения об авторе

Фамилия, имя, отчество

Ученая степень, специальность

Ученое звание

Место работы

Должность

ORCID

Домашний адрес с индексом

Сотовый телефон

E-mail

Необходимое количество печатных экземпляров (отправка простым или заказным письмом)

Необходимое количество печатных сертификатов

---

---

## RULES FOR AUTHORS

Articles are to be sent in electronic format to e-mail: sociosfera@seznam.cz. Page format: A4 (210x297mm). Margins: top, bottom, right – 2 cm, left – 3 cm. The text should be typed in 14 point font Times New Roman, 1.5 spaced, indented line – 1.25, Normal style. The title is typed in bold capital letters; central alignment. The second line comprises the initials and the family name of the author(s); central alignment. The third line comprises the name of the organization, city, country; central alignment. The methodical articles should indicate discipline and specialization of students for which these materials are developed. After a blank line the name of the article in English is printed. On the next line the name of the authors in English is printed. Next line name of the work place, city and country in English. After one line space comes the abstract in English (600–800 characters) and a list of key words (5–10) in English. The text itself is typed after one line space. Graphs, figures, charts are included in the body of the article and count in its total volume. References should be given in square brackets. Bibliography comes after the text as a numbered list, in alphabetical order, one item per number.

References should be inserted manually. Footnotes are not acceptable. The size of the article is 4–15 pages. The registration form is placed after the text of the article and is not included in its total volume. The name of the file should be given in Russian letters and consists of the conference code and initials and family name of the first author, for example: SF-German P. The payment confirmation should be scanned and e-mailed, it should be entitled, for example SF -German P receipt.

Materials should be prepared in Microsoft Word, thoroughly proof-read and edited.

### Information about the authors

Family name, first name

Title, specialization

Place of employment

Position

ORCID

Contact address (with postal code)

Mobile phone number

E-mail

The required number of printed copies (sending by regular or registered mail)

The required number of printed certificates

**ПЛАН МЕЖДУНАРОДНЫХ КОНФЕРЕНЦИЙ, ПРОВОДИМЫХ ВУЗАМИ  
РОССИИ, АЗЕРБАЙДЖАНА, АРМЕНИИ, БОЛГАРИИ, БЕЛОРУССИИ,  
КАЗАХСТАНА, УЗБЕКИСТАНА И ЧЕХИИ НА БАЗЕ  
VĚDECKO VYDAVATELSKÉ CENTRUM «SOCIOSFÉRA-CZ»  
В 2022 ГОДУ**

<b>Дата</b>	<b>Название</b>
15–16 сентября 2022 г.	Новые подходы в экономике и управлении
20–21 сентября 2022 г.	Традиционная и современная культура: история, актуальное положение и перспективы
25–26 сентября 2022 г.	Проблемы становления профессионала: теоретические принципы анализа и практические решения
28–29 сентября 2022 г.	Этнокультурная идентичность – фактор самосознания общества в условиях глобализации
1–2 октября 2022 г.	Иностранный язык в системе среднего и высшего образования
5 октября 2022 г.	Вопросы науки в современном мире
12–13 октября 2022 г.	Информатизация высшего образования: современное состояние и перспективы развития
13–14 октября 2022 г.	Цели, задачи и ценности воспитания в современных условиях
15–16 октября 2022 г.	Личность, общество, государство, право: проблемы соотношения и взаимодействия
17–18 октября 2022 г.	Тенденции развития современной лингвистики в эпоху глобализации
20–21 октября 2022 г.	Современная возрастная психология: основные направления и перспективы исследования
25–26 октября 2022 г.	Социально-экономическое, социально-политическое и социокультурное развитие регионов
1–2 ноября 2022 г.	Религия – наука – общество: проблемы и перспективы взаимодействия
3–4 ноября 2022 г.	Профессионализм учителя в информационном обществе: проблемы формирования и совершенствования.
7–8 ноября 2022 г.	Классическая и современная литература: преемственность и перспективы обновления
15–16 ноября 2022 г.	Проблемы развития личности: многообразие подходов
20–21 ноября 2022 г.	Подготовка конкурентоспособного специалиста как цель современного образования
25–26 ноября 2022 г.	История, языки и культуры славянских народов: от истоков к грядущему
28 ноября 2022 г.	Вопросы науки в современном мире
1–2 декабря 2022 г.	Практика коммуникативного поведения в социально-гуманитарных исследованиях
3–4 декабря 2022 г.	Проблемы и перспективы развития экономики и управления
5–6 декабря 2022 г.	Безопасность человека и общества как проблема социально-гуманитарных наук

## ИНФОРМАЦИЯ О НАУЧНЫХ ЖУРНАЛАХ

Название	Профиль	Периодичность	Наукометрические базы	Импакт-фактор
Научно-методический и теоретический журнал «Социосфера»	Социально-гуманитарный	Март, июнь, сентябрь, декабрь	<ul style="list-style-type: none"> <li>• РИНЦ (Россия),</li> <li>• Directory of open access journals (Швеция),</li> <li>• Open Academic Journal Index (Россия),</li> <li>• Research Bible (Китай),</li> <li>• Global Impact factor (Австралия),</li> <li>• Scientific Indexing Services (США),</li> <li>• Cite Factor (Канада),</li> <li>• International Society for Research Activity Journal Impact Factor (Индия),</li> <li>• General Impact Factor (Индия),</li> <li>• Scientific Journal Impact Factor (Индия),</li> <li>• Universal Impact Factor</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Global Impact Factor – 1,721,</li> <li>• РИНЦ – 0,075</li> </ul>
Чешский научный журнал «Paradigmata poznání»	Мультидисциплинарный	Февраль, май, август, ноябрь	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Research Bible (Китай),</li> <li>• Scientific Indexing Services (США),</li> <li>• Cite Factor (Канада),</li> <li>• General Impact Factor (Индия),</li> <li>• Scientific Journal Impact Factor (Индия)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Global Impact Factor – 0,915</li> </ul>

---

---

**ИЗДАТЕЛЬСКИЕ УСЛУГИ НИЦ «СОЦИОСФЕРА» –  
VĚDECKO VYDAVATELSKÉ CENTRUM «SOCIOSFÉRA-CZ»**

Научно-издательский центр «Социосфера» приглашает к сотрудничеству всех желающих подготовить и издать книги и брошюры любого вида:

- учебные пособия,
- авторефераты,
- диссертации,
- монографии,
- книги стихов и прозы и др.

Книги могут быть изданы в Чехии  
(в выходных данных издания будет значиться –  
*Прага: Vědecko vydavatelské centrum «Sociosféra-CZ»*)  
или в России  
(в выходных данных издания будет значиться –  
*Пенза: Научно-издательский центр «Социосфера»*)

Мы осуществляем следующие виды работ.

- редактирование и корректура текста (исправление орфографических, пунктуационных и стилистических ошибок),
- изготовление оригинал-макета,
- дизайн обложки,
- присвоение ISBN,
- печать тиража в типографии,
- обязательная отсылка 5 экземпляров в ведущие библиотеки Чехии или 16 экземпляров в Российскую книжную палату,
- отсылка книг автору.

Возможен заказ как отдельных услуг, так как полного комплекса.

---

---

**PUBLISHING SERVICES  
OF THE SCIENCE PUBLISHING CENTRE «SOCIOSPHERE» –  
VĚDECKO VYDAVATELSKÉ CENTRUM «SOCIOSFÉRA-CZ»**

The science publishing centre «Sociosphere» offers co-operation to everybody in preparing and publishing books and brochures of any kind:

- training manuals;
- autoabstracts;
- dissertations;
- monographs;
- books of poetry and prose, etc.

Books may be published in the Czech Republic  
(in the output of the publication will be registered

*Prague: Vědecko vydavatelské centrum «Sociosféra-CZ»*)

or in Russia

(in the output of the publication will be registered

*Пенза: Научно-издательский центр «Социосфера»*)

We carry out the following activities:

- Editing and proofreading of the text (correct spelling, punctuation and stylistic errors),
- Making an artwork,
- Cover design,
- ISBN assignment,
- Print circulation in typography,
- delivery of required copies to the Russian Central Institute of Bibliography or leading libraries of Czech Republic,
- sending books to the author by the post.

It is possible to order different services as well as the full range.



Научно-методический и теоретический журнал

## СОЦИОСФЕРА

Главный редактор Б. А. Дорошин

№ 3, 2022

Авторы несут ответственность за достоверность приводимых в публикациях фактов, цифр, цитат, статистических данных, имен собственных и прочих сведений.

Мнения, выраженные в данном издании, являются авторскими и не обязательно отражают мнение редакции журнала.

Authors are responsible for the accuracy of cited publications, facts, figures, quotations, statistics, proper names and other information.

Opinions expressed in this publication are those of the authors and do not necessarily reflect the opinion of the publisher.

Электронная версия номера размещена  
на сайте журнала <http://sociosphere.com/sociosphere>

Редактор – Ж. В. Кузнецова  
Оригинал-макет – И. Г. Балашова

Подписано в печать 14.09.2022. Формат 60x84/8. Бумага писчая белая.  
Усл.-печ. л. 9,12. Тираж 100 экз.

ООО Научно-издательский центр «Социосфера»  
440026, Россия, г. Пенза, ул. Мира, д. 35  
Тел. (8412)21-68-14  
веб-сайт: <http://sociosphere.com>,  
e-mail: [sociosphere@yandex.ru](mailto:sociosphere@yandex.ru)

Типография ООО «Амирит»: 410004, г. Саратов,  
ул. им. Н. Г. Чернышевского, д. 88, литера У. Тел. (8452)24-85-33

## СРОЧНОЕ ИЗДАНИЕ МОНОГРАФИЙ И ДРУГИХ КНИГ



*Два места издания Чехия или Россия.  
В выходных данных издания  
будет значиться*

**Прага: Vědecko vydavatelské  
centrum "Sociosféra-CZ"**

*или*

**Пенза: Научно-издательский  
центр "Социосфера"**

### РАССЧИТАТЬ СТОИМОСТЬ

- Корректурa текста
- Изготовление оригинал-макета
- Дизайн обложки
- Присвоение ISBN



### У НАС ДЕШЕВЛЕ

- Печать тиража в типографии
- Обязательная рассылка
- Отсудка тиража автору