

ВЕСТНИК
государственного
университета
«Дубна»

#1 2024

В номере:

Вопросы психологии

**Социология
маркетинга**

Проба пера



Серия
«Науки
о человеке
и обществе»

Электронный
научный
журнал

Редколлегия

Багдасарьян Н.Г., доктор философских наук, профессор, научный руководитель кафедры социологии и гуманитарных наук – главный редактор

Боклагов Е.Н., кандидат философских наук, доцент кафедры социологии и гуманитарных наук – заместитель главного редактора

Кравченко А.Л., ассистент кафедры социологии и гуманитарных наук – редактор, ответственный секретарь

Члены Редколлегии:

Anna Stetsenko, PhD, Professor Ph.D. Programs in Psychology, The Graduate Center of The City University of New York

Братусь Б.С., доктор психологических наук, профессор, научный руководитель факультета психологии Российского православного университета кафедры

Венгер А.Л., доктор психологических наук, профессор кафедры психологии Государственного университета «Дубна»

Дулина Н.В., доктор социологических наук, профессор кафедры социологии и социальных технологий Волгоградского государственного университета

Плебанек О.В., доктор философских наук, профессор, зав. кафедрой социально-гуманитарных дисциплин Университета при Межпарламентской Ассамблее ЕвАзЭС

Ениколопов С.Н., кандидат психологических наук, доцент, руководитель отдела медицинской психологии ФГБНУ "Научного центра психического здоровья"

Истомина О.Б., доктор философских наук, зав. кафедрой социально-экономических дисциплин Иркутского государственного университета

Субочева О.Н., доктор социологических наук, профессор кафедры социологии и культурологии МГТУ им. Н.Э. Баумана

Федотова В.Г., доктор философских наук, главный научный сотрудник, руководитель научного направления «Социальная философия и развитие гражданского общества в России», сектор социальной философии ИФ РАН

Хозиев В.Б., доктор психологических наук, профессор, зав. кафедрой клинической психологии Государственного университета «Дубна»

Шимон И.Я., доктор исторических наук, профессор кафедры социологии и гуманитарных наук Государственного университета «Дубна»

Юдина Т.Н., доктор социологических наук, профессор, зав. кафедрой социологии социальной сферы РГСУ

Выпускающие редакторы номера – **Н.Г. Багдасарьян**, доктор философских наук, профессор, научный руководитель кафедры социологии и гуманитарных наук Государственного университета «Дубна»

А.Л. Кравченко, ассистент кафедры социологии и гуманитарных наук Государственного университета «Дубна».

Содержание

Вопросы психологии

- Хозиев В.Б. Теория планомерно-поэтапного развития П.Я. Гальперина: перспективы обновления* 3
- Хозиева М.В., Стеценко И.А. Проблемы гинекологической клиники в психологии женского спорта* 21
- Долгунова Л.С., Харина Е.А. Психологическое сопровождение развития дошкольников с невротизацией в условиях проекта «Быть культурным»* 33
- Долженко А.Н., Захарова Д.А. Клинико-психологическое сопровождение младшего школьника с проблемным поведением в условиях замещающей семьи* 43

Социология маркетинга

- Карпухина С.И., Красновский С.А. Нативная реклама в интернет-пространстве: риски и угрозы* 59
- Коробова Д.В. Digital-маркетинг как новая форма маркетинга и рекламы* 71

Проба пера

- Михеева В.В. Информационные технологии в высшем образовании: проблемы и перспективы* 79
- Сосин И.Д. Нужна ли социологу платформа «Хабр»?* 88

УДК 159.9.01

В.Б. Хозиев

**Теория планомерно-поэтапного формирования П.Я. Гальперина:
перспективы обновления**

Аннотация:

В статье рассматриваются несколько принципиальных для теории планомерно-поэтапного формирования П. Я. Гальперина категорий предмета психологии, метода исследования, опосредствования и развития. Продемонстрирована актуальность концепции. Благодаря предмету и методу исследования, разработанным П. Я. Гальпериним, теория планомерно-поэтапного формирования продолжает оставаться востребованной как в теоретическом, так и в практическом и психотехническом аспектах.

Ключевые слова: теория планомерно-поэтапного формирования, опосредствование, консультативная практика, ориентировка, П. Я. Гальперин.

Об авторе: Хозиев Вадим Борисович, Государственный университет «Дубна», доктор психологических наук, профессор, зав. кафедрой клинической психологии; эл.почта: v_hoziev@mail.ru

На рубеже XX-XIX вв. гальперинская концепция стала одной из редких в психологии и в полном смысле слова *общепсихологических* концепций, содержащей в себе все необходимые категории для объяснения психологических явлений, их исследования и реализации концептуального потенциала на практике. Отметим ее неполный, но наиболее существенный реестр концептуальных категорий и особенностей:

- предмет психологии как ориентировочная деятельность [3; 4];
- планомерно-поэтапное формирование как метод исследования [5; 6; 7; 8; 9];
- авторская версия культурно-исторического принципа развития [10; 19].

Концепция П. Я. Гальперина оказалась способна не только объяснять психические явления и быть основой для исследований нового типа (конструктивных, формирующих),

но и работать во множестве областей практики: разворачивать необходимые условия становления действий и систем действий, формировать и преобразовывать ориентировку человека в тех сферах действия, где у него возникают очевидные проблемы в развитии, в обучении, в организации взаимодействия, в достижении высоких показателей профессионализма, эффективности восприятия, внимания, мышления и др. [11; 3; 1; 12; 13; 14; 15]. Именованная концепция по названию метода – это не только то, что роднит теорию планомерно-поэтапного формирования (далее – ТПФ) с психоанализом и более в психологии не отмечается, но и то, что коренным образом указывает на методическую суверенность и продуктивность подхода [1].

При этом очевидно, что любая значимая для психологии теория должна быть *жизнеспособной*, быть непременно на слуху профессионального сообщества, в центре дискурса, применяться, развиваться по мере усложнения задач и обретения исследователями и практиками новых средств. Невосприимчивые для идей и методических разработок ТПФ времена, а, возможно, недостаточная настойчивость самих авторов, как и сложность глубокого преобразования психологической реальности образования, здравоохранения, культуры и др. – таковы причины относительной нераспространенности ТПФ. Однако в нашем исследовательском и учебном вузовском процессе тлеющие угольки гальперинских идей, принципов и категорий продолжают оставаться основой множественных экспериментов подрастающих поколений психологов, направлениями и рекомендациями для их практики и важнейшей школой ответственности и психологического ремесла.

Поддерживать огонь было несложно, поскольку примечательной чертой концепции оказывается то, что принципы, методы и феномены из многих течений и концепций в психологии могут быть интерпретированы как частное следствие законов, правил и методических приемов, найденных и обоснованных в ТПФ. Историко-психологическая линия, берущая начало от самого П. Я. Гальперина, привычно соотносящего и сопоставляющего психологические факты в различных исследовательских схемах, создавала блестящий background для глубокого, контекстного понимания психологической науки и практики.

Поэтому рассмотрение психики как ориентировки, а *становления, формирования и развития* как процессов ее разворачивания, позволяло нашим студентам не только исследовать и создавать условия для порождения новых форм действий, но и

осуществлять необходимый феноменологический анализ, если требовалось понять, как возникла та или иная «ставшая форма». Кроме того, эффективность и продуктивность формирующих процедур в основном оказывалась на высоте, какие бы аспекты человеческого бытия с их помощью ни осваивались и совершенствовались. Конечно, если анализировать число публикаций по проблематике ТПФ, то признать до десятка статей в год нормальным положением современной теории не приходится.

Вместе с тем и забвением ТПФ эту ситуацию назвать нельзя, особенно если иметь в виду исторически сложившиеся обстоятельства. Поэтому не реанимация, но последовательное преподавание этой теории в рамках курса «Общей психологии», «Психологии развития», «Педагогической психологии», «Клинической психологии» и др. студентам-психологам, освоение техники формирования (например, студенты университета «Дубна» в учебном плане для освоения техники формирования выполняют практикум по формированию внимания у младших школьников с проблемами в осуществлении учебной деятельности; и еще целый ряд работ по применению формирования), широкое использование метода ТПФ для исследований и практических разработок – вот очевидный путь для возрождения интереса и понимания перспектив ТПФ новыми специалистами.

За 60 лет развития гальперинская концепция с различной мерой обстоятельности, последовательности и рефлексивности обрела множественные варианты исследовательского и психотехнического применения в различных видах психологической работы: в обучении, развитии, консультировании, реабилитации, психотерапии, коррекции и др. [19; 20; 21; 23; 26; 27]. Гальпериным был создан костяк, основа и особая философия ТПФ – всегда заботиться об испытуемых, их мотивации, ориентировке в задачах, в материале, в средствах действия, в партнере по совместной деятельности. Например, в методической традиции ТПФ родилось и постепенно достигло особого статуса важное условие, которое 50 лет назад никак не именовалось таким образом, а сегодня титул «гуманистическое» более чем применим к нему.

Речь о своего рода подготовке к проведению формирования: об анализе возможностей испытуемого еще до участия в эксперименте. Это была не просто «диагностика», как сейчас принято категоризовать данную операцию, но «дух», обретение сотрудничества, личностная настройка всей предстоящей миссии. Задачей этого нулевого этапа было установление всего потенциала пациента: принять процедуру формирования,

способность «откликнуться» своей мотивацией на тот или иной вариант участия в опыте или образовательной практике, готовность к определенной, специально подобранной к личности семантике и прагматике схемы ООД, к индивидуальному или групповому ходу формирования и пр. Эта задача тогда представлялась исследователям вполне рутинной, в полном смысле слова подготовительной, тогда как сегодня можно говорить о том, что она приобретает вполне самостоятельное значение.

К примеру, это справедливо не только для привычных ТПФ задач обучения и развития, но и в клиничко-психологической практике при решении различных задач нейропсихологической, психосоматической, патопсихологической, психотерапевтической, коррекционно-психологической реабилитации и абилитации. Если свести это условие к одному принципу, то все обстоит так, как в свое время сформулировал в качестве общего кредо для психологов А. Р. Лурия: необходимо осуществить поиск у подопечного «сохранных звеньев» и в начале работы опираться на них [17]. Содержательно и на языке ТПФ это означало установление у пациента имеющегося уровня ориентировки и опосредствования, опыта решения задач подобного вида, исходной мотивации участия в данном виде действий. Затем в существующей практике реабилитации начиналась своего рода психологическая комбинаторика, когда имеющиеся возможности пациента включались в новые функциональные связи, позволяя ему взглянуть на ситуацию с другой стороны (децентрироваться), снять, присвоить, опосредствовать, понять, принять новые средства ориентировки, преодолеть невозможность (дефицитарность, ограниченность, недоступность) действовать продуктивным образом.

Один из важнейших моментов обновления ТПФ – это более открытый дискурс в рамках культурно-исторической теории (далее – КИТ) Л. С. Выготского. Нам, по-видимому, еще предстоит преодоление искажений идеологемами советского периода категориального инструментария, объяснительных и доказательных моделей, а также практики (например, «крестовый поход» против сторонников педологии), проревизовать многие начала и фундамент КИТ и ТПФ.

Общий подход в психологии этих концепций даже интуитивно понимается как чрезвычайно близкий, возможно, даже не по используемым понятиям, но по духу, по основополагающим исследовательским принципам и методам, по близости идеи

опосредствования¹. Но кому же, как не нам, восстановить и объективировать эти моменты, поскольку опыт показывает (мы помним попытку М. Коула обобщения КИТ), что для понимания КИТ нужно быть представителем культуры, в условиях которой она возникла [16].

Другое дело, что даже братья-гуманитарии не рассматривали культуру как психологически насыщенную иноформу средств человеческой ориентировки, естественным образом опасаясь обвинений в идеализме, да и в целом не имея средств и инструментов психологической квалификации культуры. Во многом искусственный и даже навязанный логиками, семиотиками, искусствоведами, философами и др. спор о природе знака, символа и орудия далеко уводил психологов, как представляется, от важного психологического обобщения: знак и символ есть формы фиксации прежде всего *ориентировочного* значения для конкретного человека с его жизненной историей, сообщества, этноса. Психологу, когда он обращался к анализу средств культуры, приходилось пользоваться лекалами других наук и теорий, в то время как первейшими определениями культуры являются психологические, применительно к ориентирующим значениям, которые они несут в человеческой практике.

Догадка о том, что культура есть идеальный и материальный слепок психики, ее универсальное средство (система средств), ее общественный предвестник и внутри себя вполне целостная система – питательная среда для развития каждого, кто адекватно бытийствует в этой культуре – еще не стала рабочим средством исследующего или практикующего психолога. Продолжим эту гипотезу, которая будет важна нам в дальнейшем обсуждении возможностей и перспектив ТПФ. Опредемчивание (культуризация) и распредмчивание (индивидуальное открытие) важнейших ориентиров есть вдыхание и выдыхание культуры. Первой стадией опредмчивания выступает рождение «ориентировочного значения». Оно еще далеко от общественно-определенного, т.е. культурой предписанного для вещи, ситуации или обстоятельств. Это «ориентировочное» значение похоже на стадию синкрета из опытов Л. С. Выготского и

¹ Как раз историко-психологические находки забытых текстов сулят нам немалые открытия. М. С. Степановой опубликован текст обобщающих тезисов П. Я. Гальперина о сути КИТ [10]. Важнейшая деталь целого паззла позволила увидеть весь проект выстраиваемой тогда еще «исторической» психологии, но в то время уже без Л. С. Выготского. *Развитие, культура, опосредствование* как основные операционные категории осмысления психологической феноменологии, запрет для себя на использование метода «срезов» и явная позиция «мы» в отношении продолжения разработки психологии вслед за Выготским и на его платформе.

Л. С. Сахарова в постижении школьником сути открываемой вещи (предмета, средства, мотива, отношений и др.). Оно неполное, несущественное, но уже немного ориентирует, важно, что деятель принял для себя задачу.

Далее общественная практика очень сурово проверяет *in vivo*, что себе «начувствовал, намислил» и как сориентировался конкретный человек или конкретное сообщество, уточняет, корректирует, поправляет или в случае ошибочности приговаривает к безуспешному жизненному сценарию. Тогда – небытие. Так, шаг за шагом, важнейшие ориентиры, прошедшие через фильтр индивидуальной ориентировки, в ходе совместной деятельности (практики и общения) через посильные орудийные или знаковые системы формировали различные аспекты культуры. Легко заметить, как и почему не совпадают культурные средства у разных народов и конкретных людей, какова их эффективность в определенных условиях и на какую ориентировку эти средства рассчитаны.

Приведем следующий пример. Традиционно в ТПФ, при построении формирования системы профессиональных действий (профессиональной деятельности), прежде происходит установление всего состава ориентировки у «ставшего» профессионала. Этот состав не описан в существующих нормативных материалах, поскольку их составляют профессионалы значительно менее существенного уровня, чем «мастера», и сами не могут выявить его. А «мастера» не могут проговорить (описать, объяснить) эти ориентиры, потому что они уже сокращены, свернуты, обобщены и ушли из сознания [24]. Этот состав ориентиров – неявное, т.е. логически не упорядоченное, специально не выстроенное, но, безусловно, важное для тех, кто пойдет этому мастерству учиться, знание. Как оно возникает? Если кратко, то предметная логика профессиональных событий переходит по мере накопления и обобщения опыта работы в логику ориентировки «мастера». Образуется тождественность профессионала и управляемого им объекта (процесса). Это и есть метаморфозы психологического «обращения» культуры: сложное соединение изначальных возможностей человека сориентироваться в проблемных ситуациях, понимание и принятие им в рамках развития новой системы ориентиров, точно отражающих функционирование объекта, и преобразование своих действий на основе новых ориентиров [24; 25].

Этот пример к тому, что дилемма «внешнее – внутреннее» без понимания культуры как организма опосредствования всякий раз оказывалась робинзонадой. «Внешнее»,

объектное не есть абсолютно отчужденное и бесконечно новое даже для впервые познающего его начинающего. Как в замечательном афоризме Л. С. Выготского, у новорожденного есть в момент рождения все необходимые условия для достижения зрелой формы, так и в обозначенном нами случае предшествующая ориентировка «мастера» уже наработала, хоть и через труднейший экспертный анализ, но отметила основные ориентиры, так что *tabula rasa* вовсе не чистая.

Примечательно, что путь, состоящий в моделировании одновременно и развития, и анализа (прослеживания становления) структуры становящихся психологических, т.е. выполняющих функцию ориентировки, форм, оказывается новым и неизученным. Именно поэтому зачастую нам, как исследователям становящихся форм ориентировки у профессионалов высокого уровня, часто задавались вопросы о соотношении предметного содержания и психологического. Оппонентами полагалось, между прочим, совсем в русле старой, вундтовско-титченеровской психологии, где это разделение предметного и психологического было принципиальным, что предметность предметностью, а психологическое где-то в виде грандиозных эвристик, чувств и мотивов должно существовать.

Сегодня наше представление о проблеме «предметного и психологического» таково: ориентировка у профессионала органично включена в предметное действие. Все ориентиры, подчеркнем: *вообще все*, есть предметные моменты действий, лишь в силу своей значимости для профессионала ставшие ориентирующими. Перерастет ли значение в конкретный ориентир будет зависеть от того, в какой степени и каким образом это значение будет раскрыто: с помощью эксперта, в ходе совместной деятельности, при использовании дополнительных ориентирующих инструкций и пр. Предметность снимается ориентировкой деятеля, и все дело здесь именно в характеристиках этого снятия: происходит ли оно обобщенно, с учетом всего предшествующего опыта человека, верно ли оно, не препятствует ли «мелодии» (целостности, ритмичности) исполнения.

Завершим этот фрагмент повествования, посвященный сложному соотношению культуры и ориентировки конкретного человека, обсуждением афоризма К. Маркса, который, трудно сказать, был ли любим П. Я. Гальпериным, либо просто часто использовался. Вчитаемся в него и вспомним, с каким чувством П. Я. Гальперин озвучивал этот афоризм: «Идеальное есть материальное, пересаженное в человеческую голову и преобразованное в ней». Конечно, любой афоризм неисчерпаем в части

множества смыслов, но наряду с указаниями на процесс в нем содержится прямое указание на *работу* культуры. Это указание о том, каким образом происходит формирование деятельности, в том числе через систему общественных ориентиров, управляющих ею.

Но как это идеальное становится индивидуальной ориентировкой? При всей кажущейся невзрачности методической схемы и нестатистической обеспеченности результатов Л. С. Выготский абсолютно верно поставил задачу: его совместное с Л. С. Сахаровым исследование спонтанного становления понятий как раз отвечает на этот вопрос. Ставит, конечно, целый ряд самостоятельных и не менее важных вопросов, но, тем не менее, в общих чертах обозначает движение психики с помощью понятий через культуру. Представляется, что это исследование вправе считаться первым и основополагающим в КИТ. Все последующие работы вокруг того, как начинающий входит в какую-либо новую для него предметную область (проведенных в разных направлениях и разделах психологии и педагогики) всегда дают примерно одну и ту же эмпирическую картину: от синкрета к понятию через ряд качественно различных стадий. Это может касаться восприятия, внимания, мышления, памяти, движения, воображения, воли, эмоций, решения личностных задач, при разных возможностях испытуемых возможен разный темп и глубина открытия культуры через существенные ориентиры, но общий закон становления понятий в целом остается стабильным.

Возможны и иные формы *окультуривания*, а, значит, и развития психики. В частности, формирование по второму типу показывает, как возможно перешагнуть через спонтанность поиска ориентиров и сразу перейти к полноценному их развертыванию. Таким образом, если охарактеризовать способ превращения идеального в человеческое действие, то несложно увидеть множественность градаций участия идеального в продуктивности человека: от вдохновения идеальным до полного его отвержения; от присвоенной ошибочности действий до предвосхищения и коррекции своих действий, от эмоционального подъема до эмоционального снижения. Поэтому афористическое психологическое решение этой важной марксовской формулы нам видится таким: *идеальное есть ориентирующее человека материальное.*

Одним из важнейших моментов развития любой теории становится реакция на критику. В ряду известных нам относительно недавних критических замечаний был ряд соображений В. П. Зинченко об использовании в ТПФ суженного понимания предмета

психологии [22]. В точной формулировке звучит так, что Гальперин «отличил психическую деятельность от точно такой же предметной, но не-психической деятельности по одному единственному параметру, – по функции ориентировки. Не слишком ли расточительно конструировать компас такой же сложности, как корабль? А уж если сконструировали такой сложный аппарат, то не стоит ли придать ему еще какие-либо функции, помимо отражательных и ориентирующих? В том числе и функции порождения того самого субъективного мира человека, которым должна заниматься настоящая психология» [22, с. 410].

Конечно, надо оговориться, что критика сугубо «товарищеская», адресована, скорее, продолжателям и последователям ТПФ, а изложение замечаний В. П. Зинченко вел в рамках очерка о П. Я. Гальперине, где ключевой его оценкой выступает титул Учителя, сопровождающийся превосходными характеристиками научного и педагогического пути основателя ТПФ.

Приведем еще несколько существенных ремарок: «не менее странно отрицать другие функции психики и сознания, например то, что последние оказываются источником произвольного, свободного, а не только ситуативного действия, в пределе – источником свободы воли. Конечно, свобода воли – предмет философии, но и психология вносит в решение этой вечной проблемы посильный вклад. П. Я. Гальперин совершенно справедливо заключает, что эмоции выполняют ориентирующие функции, но не лишне прислушаться к А. В. Запорожцу, который рассматривал эмоции как средство решения жизненных задач, а не только ориентировки в ситуации. И как ядро личности!» [22, с. 396].

В ТПФ функциональная определенность психики задается именно через указание на ее ориентировочный, ориентирующий характер. Установление определенности – важнейшее универсальное условие для успешной оценки ситуации субъектом, принятия решения и действия в ней с сиюминутным контролем и коррекцией. Возможно, критический пафос этого замечания заключен в указании на физиологическую редукцию психологического предмета и метода? Но этого нет в помине. Гальперинская идея об уровнях анализа (физиологический, психологический) вполне спасает от редукции психологического объяснения к физиологическому. Следует признать, что сегодня нет лучшего термина для характеристики предмета психологии. Тот факт, что под эгиду этого предмета не попадает кажущаяся столь тонкой душевная материя переживаний, эмоций и

пр. объясняется тем, что интерес исследователей в ТПФ еще не распространился на эти сферы.

Вместе с тем практика психологического консультирования вынуждена заходить в области души подопечных столь глубоко, чтобы понять, в конечном счете, почему в истории человека возникла, например, та или иная гротесковая и безудержная, всеразрушающая эмоциональность, которая по суровым законам психосоматики последовательно ведет его к некоторым соматическим пределам жизни [23].

Эмоции ориентируют так же, как когнитивные и волевые процессы. Для каждой формы ориентировки свойственен свой порядок развертывания, свое течение и свои итоговые результаты; ориентировка в нормах и ценностях, в нравственных основаниях грядущего поступка, конечно, будет иметь иную историю, структуру и порядок функционирования, нежели ориентировка в пространстве и во времени. Но, во-первых, сюжеты мировой литературы показывают нам ситуации, когда эти основания для героев сближаются, и ценность становится пространственно или временно существенной, и наоборот, пространство и время (полцарства за коня!) нередко восходят к статусу ценностей.

Во-вторых, явление обобщения неизбежно переводит любой найденный ориентир в систему ориентиров, а затем и в категориальную иерархию. Такого рода восхождение одновременно движимо ориентировкой человека, культурной упорядоченностью и согласованием с индивидуальными нормами и здравым смыслом. Наконец, в-третьих, принцип развития – это настоящее «третье» измерение, введенное в психологию Выготским, означает, по Гальперину, что в процессе формирования или спонтанного становления ориентировки происходят систематические изменения ее форм, состава и строения [3; 5].

Конечно, есть еще замечание историко-психологического характера, что термин «ориентировочно-исследовательская» был заимствован по идеологическим соображениям, когда в духе Павловской сессии 1950 г. происходило добивание всех недостаточно материалистических воззрений в советской психологии. Как пишет В. П. Зинченко, «психологам было *приказано* следовать павловскому учению о высшей нервной деятельности. Психологи, сориентировавшись, нашли в концептуальном аппарате И. П. Павлова понятия «ориентировочный рефлекс», «ориентировочно-исследовательская деятельность», которые им были хорошо известны и до сессии под этими и другими

именами: любопытство, исследовательское поведение, пробы и ошибки, та же ориентировка» [22, с. 397].

Возможно, этот термин несет субъективный дух того времени, однако тонкий вкус на эмпирию, знание и понимание животных в физиологических лабораториях И. П. Павлова, как нам представляется, позволяют вполне подхватить и использовать термин «ориентировка», тем более, что физиологи в этом термине подходят к пределу компетенции своих методов. Они констатируют ориентировочно-исследовательский характер высших форм активности животных и человека как бы обозначая цель изучения для психологов. Термин «деятельность» в этом словосочетании лишний, поскольку тогда принципиально не различить характеристики психики животных и человека. Скорее всего, именно его добавление давало своего рода индульгенцию от дополнительной «прививки марксизмом». Во всяком случае, стилистика гальперинского чередования терминов «ориентировка» и «ориентировочная деятельность» во «Введении в психологию» указывает на их смысловую равнозначность.

Особая идея КИТ и ТПФ – параллелограмм опосредствования. На лекциях П. Я. Гальперин, рассказывая о значении проведенного под руководством Л. С. Выготского исследования А. Н. Леонтьевым развития памяти, неоднократно оговаривался в том смысле, что параллелограмм опосредствования фиксирует родовой характер развития, а как дело обстоит с траекторией индивидуального опосредствования? В проведенном под нашим руководством исследовании Т. И. Мамкиной удалось показать, что индивидуальный акт опосредствования (развития) тоже похож на параллелограмм, но имеет некий период нестабильности с флуктуацией результатов запоминания до того момента, когда средство будет окончательно освоено испытуемым [18].

Общая закономерность развития памяти, выявленная А. Н. Леонтьевым в результате экспериментального исследования опосредствования памяти и представленная в виде параллелограмма развития, оказывается справедливой для условий макрогенетического (статистического) анализа определенной возрастной популяции, тогда как индивидуальный ход развития опосредствования отличается от нее. Результаты индивидуального принятия, присвоения и применения вспомогательных средств в ходе становления высших психических процессов запоминания, внимания и формирования новых видов деятельности имеют существенные отличия от средних значений групповых показателей во всех возрастных группах.

Стало понятно, что микрогенез опосредствования – процесс нелинейный. Освоение средств не происходит «тихо и спокойно», но в ходе качественных преобразований ориентировки каждого конкретного испытуемого, при которых на всех этапах онтогенеза внутри возрастных групп и в индивидуальном опыте одновременно будут представлены различные этапы освоения вспомогательных средств. При этом выбор, принятие и присвоение того или иного средства не зависят от физического возраста испытуемых, но связаны с полнотой ориентировки (переориентировки) испытуемого в имеющемся инструментальном наборе и обстоятельствах решаемой задачи.

Микрогенез опосредствования не повторяет макрогенез, открытый и описанный А. Н. Леонтьевым в исследовании памяти как возрастную тенденцию, выраженную в образе «параллелограмма развития памяти». При подтвержденной нами этой возрастной тенденции в процессе принятия и использования внешних вспомогательных средств у испытуемых существует индивидуальная динамика, а внутри каждой возрастной группы наблюдается значительный разброс в индивидуальных показателях по сравнению со среднегрупповыми в процессе решения поставленных перед испытуемыми задач.

Исследование индивидуальной траектории становления действия в процессе опосредствования в составе ряда других действий и деятельности в целом становится необходимым моментом познания его развития. Использование традиционных срезовых методов для изучения микрогенеза опосредствования предоставляет для анализа только статистические данные, скрывая детали, этапы и качество освоения. Для раскрытия своеобразия генезиса опосредствования может быть использован генетико-моделирующий эксперимент в варианте Л. С. Выготского – А. Н. Леонтьева и планомерно-поэтапного формирования, позволяющий полно и точно представить этот процесс [18].

Методы продольных и поперечных срезов позволили лишь в самых общих чертах установить тенденцию в основном «семиотического» функционирования средств, тогда как детализация смены форм ориентировки с помощью средств, – психологическая тенденция, – была обнаружена лишь в ходе двойной стимуляции и формирующего эксперимента.

Отметим, что суверенную роль опосредствование впервые обрело в экспериментах по методике двойной стимуляции, проведенных Л. С. Выготским и его последователями. Этим экспериментам было свойственно то, что процесс выполнения задания путем

введения определенных вспомогательных средств был преобразован в генетический метод, что позволило Выготскому говорить о системе высших психических функций, становящейся и преобразующейся благодаря использованию орудий, а освоение объяснять через интериоризацию средств из интер- в интрапсихическое состояние.

Идеи экспериментально-генетического метода, воплотившиеся в планомерно- поэтапном формировании и генетико-моделирующем исследовании – это только начало революционизирующей тенденции в гуманитарных науках. Все чаще и чаще в современном человекознании речь заходит о моделировании развития языка, моделировании исторических и этнических событий и др. Конструктивность последовательно входит в постпозитивистский этап развития науки, постепенно преодолевая механоцентрическое представление о человеке как исключительно объекте или субъекте исследования.

Психология, как видится в перспективе, есть наука об этом переходе: от непсихологического к психологическому и затем вновь к непсихологическому. Объектом исследования становятся не предметы, слова, знаки или символы, но довольно сложная реальность переструктурирования, изменения, снятия, преодоления и развития. Даже однократное использование средства означает движение: обобщение, свертывание, автоматизацию некоторых моментов ориентировки и исполнения. Примечателен опыт применения ТПФ, когда переход между средствами выступает условием, обеспечивающим движение и развитие. Это касается познавательной деятельности, физического движения, эмоционального реагирования и т.д. [21; 26].

Опосредствование – это иная культура гуманитарного исследования. Это настоящий «постмодерн в психологии», когда наряду со средством разворачивается его рефлексия. Когда не один, но целый ряд принципов участвуют в психологическом преображении человека, и каждый из них имеет свою сложную траекторию. Ключевым оказывается даже не преодоление постулата непосредственности, хотя это есть важнейший момент в истории гуманитарной науки. Но еще важнее – принцип развития, когда происходит снятие, преодоление, переход, обращение. Происходит движение самого предмета исследования. Нет ни одного застывшего момента ни в одной психологической форме – тотальный переход и движение. И позиция исследователя должна быть подвижной, идущей в такт происходящим преобразованиям подопечного, отражающей, опережающей их, корректирующей, поддерживающей и т.д.

Л. С. Выготский одним из первых психологов предвидел, что психология вынуждена будет быть системной и сложной, т.е. не упрощающей действительность сведением ее к примитивным пошаговым элиминациям и упрощениям, но, напротив, умеющей учесть многие взаимопосредствующие нюансы. Психология развития и клиническая психология в этом самой внимательности к тонкостям и деталям высвечивают ключевой момент: опосредствование может быть исследовано лишь в движении, в обучении или развитии, возможно, в откате (распаде). Здесь для исследования уже не подходит экспериментальная культура позитивизма, но нужна диалектическая логика выделения причины осуществляемых изменений.

Опосредствование – есть акт развития. Средство вторгается в субъективное пространство, изменяет, преобразует, возмущает. Феноменология опосредствования дает широкую панораму отношений, в которых может находиться со средством наш клиент. Средство может быть невключенным в деятельность, хотя и формально использоваться. Оно может быть частично включенным, тогда есть самые разные варианты: когда оно становится доминирующим, ведущим развитие; когда оно продолжает оставаться ситуативным, т.е. используется лишь в известном для человека круге ситуаций. Наконец, может иметь место фиксированность личности на используемых ими средствах. Нередко это характеризуется как консерватизм, нередко может быть знаком выученной беспомощности, особенно в тех случаях, когда другой человек становится средством.

Что же может быть средством с точки зрения психологии? Система ориентиров, существенных для конкретного человека в конкретном месте и времени. Особенность этих ориентиров – реально конституировать действие. Действие состоит из множества моментов, каждый из которых так или иначе нуждается в ориентирах. Это касается и запуска автоматизированного действия, т.е. вроде бы нуждающегося в психическом контроле, и развернутого действия, поскольку здесь ориентиры нужны не только на запуск действия, но и на текущие проверки действия на соответствие намеченным (или еще только намечаемым) ориентирам.

Может ли предмет стать психикой? Нет, только в своей ориентирующей возможности. Грибники вешают цветную бутылку в лесу, чтобы позднее найти тропу из леса, охотники – ломают ветку и горизонтально ее приспособливают так, чтобы «была заметна» в направлении движения к своей тропе и др. Чтобы так воспринять бутылку или

ветку, нужно быть включенным в систему знаний грибников и охотников, и в ее язык, т.е. иметь возможность использования вещи как знака (или какого-то свойства вещи).

Еще один важный параметр – ориентировочный потенциал средства. В какой степени само средство может сориентировать? Обратимся к исследованиям П. Я. Гальперина и Д. Б. Эльконина (предметные действия в раннем детстве и у дошкольника), в которых показаны стадии овладения средствами [2; 28; 29]. Вещь, входя в структуру нового действия ребенка, меняет систему ориентиров, как писал Гальперин, – «логику движения руки». Термин «логика» здесь используется в метафорическом плане, так что переход от логики руки к логике орудия в действительности есть переход к новой системе ориентиров, т.е. к новой психологии.

Нечто подобное происходит, в частности, в ходе психотерапии, если ее понимать как систематическое опосредствование. Патогенная эмоциональность наших пациентов, являющаяся причиной их психосоматических эпизодов, расстройств и заболеваний, в психологическом отношении выступает прямым следствием их недоориентировки и дезориентировки в жизненно значимых ситуациях. Преодоление нарушений в сфере ориентировки в условиях множественного опосредствования и есть в частности миссия психотерапии психосоматических расстройств.

Консультативная и психотерапевтическая практика сегодня – это прима психологии. Дело даже не в колоссальном спросе общества на психологическую помощь: на консультирование, психотерапию, психологическое сопровождение. Если сравнивать по объему публикаций, то, скорее всего, исследования ощущений, восприятия, памяти и пр. все так же будут доминировать по частоте встречаемости, как это было во времена В. Вундта.

Однако надо представлять, что значительная часть консультативной психологии и не собирается покидать своей теневой и неофициальной ниши, надежно занятой ею в современной культуре. Принципы конфиденциальности, неиспользования результатов консультаций для решения иных задач, профессионализма, коллегиальности внятно говорят о необходимости объективной закрытости этой области человеческого духа. Невидимая миру работа в основном идет внутри культуры и в рамках консультативного сообщества психологов. Представляется, что это и есть «кризисный» ответ на ставшие уже афористическими слова Л. С. Выготского: «промышленность и войско, воспитание и лечение оживят и реформируют науку». Сегодня, перефразируя, можно сказать, что

психологическое консультирование оживляет и реформирует науку. ТПФ, благодаря предмету и методу исследования, созданным П. Я. Гальпериным, оказывается востребованной в своем научном, практическом и психотехническом потенциале.

Библиографический список:

1. Василюк Ф. Е. Методологический анализ в психологии. М.: МГППУ; Смысл, 2003. 240 с.
2. Гальперин П. Я. Психологическое различие орудий человека и вспомогательных средств у животных и его значение // Психология как объективная наука. М.; Воронеж: НПО Модек, 1998. С. 37-93.
3. Гальперин П. Я. Психология мышления и учение о поэтапном формировании умственных действий // Психология как объективная наука. М.; Воронеж: НПО Модек, 1998. С. 272-317.
4. Гальперин П. Я. Введение в психологию. М.: Изд-во Московского университета, 1976. 150 с.
5. Гальперин П. Я. К учению об интериоризации // Вопросы психологии. 1966. № 6. С. 25-32.
6. Гальперин П. Я. Метод «срезов» и метод поэтапного формирования в исследовании детского мышления // Вопросы психологии. 1966. № 4. С. 128-135.
7. Гальперин П. Я. Методы обучения и умственное развитие ребенка. М.: Изд-во Московского университета, 1985. 44 с.
8. Гальперин П. Я. Основные результаты исследований по проблеме «Формирование умственных действий и понятий»: Автореф. дисс. ... докт. психол. наук. М., 1965. 50 с.
9. Гальперин П. Я. Поэтапное формирование как метод психологического исследования / П. Я. Гальперин, А. В. Запорожец, С. Н. Карпова // Актуальные проблемы возрастной психологии. М.: Издательство Московского университета, 1978. С. 93-110.
10. Гальперин П.Я. Система исторической психологии Л. С. Выготского и некоторые положения к ее анализу (тезисы) // Культурно-историческая психология. 2009. Т. 5, № 1. С. 118-123.

11. Гальперин П. Я. Экспериментальное формирование внимания / П. Я. Гальперин, С. Л. Кабыльницкая. М.: Издательство Московского университета, 1974. 102 с.
12. Грехова И. П. Стихотворная речь как форма развития детской речи. Автореф. дисс. ... канд. психол. наук. М.: 1998. 23 с.
13. Гузич М. Э. Психолого-педагогическое обеспечение проектной формы обучения (на примере естественнонаучного проекта «Мой дом»). Автореф. дисс. ... канд. психол. наук. М., 2002. 24 с.
14. Дзетовецкая С. В. Развитие родительской рефлексии в условиях «Родительской школы» Автореф. дисс. ... канд. психол. наук. Калуга, 2003. 32 с.
15. Иванчихина Е. В. Развитие самосознания подростков в проектной форме обучения словесному творчеству. Автореф. дисс. ... канд. психол. наук. Калуга, 2003. 32 с.
16. Коул М. Культурно-историческая психология: наука будущего. М.: Когито-Центр, Институт психологии РАН, 1997. 432 с.
17. Лурия А. Р. Высшие корковые функции человека. М.: МГУ, 1962. 432 с.
18. Мамкина Т. М. Макро- и микрогенез опосредствования. Автореф. дисс. ... канд. психол. наук. М., 2007. 28 с.
19. Нечаев Н. Н. Роль теории поэтапного формирования в развитии методологии деятельностного подхода // Вестник Московского Университета. Серия 14. Психология. 2012. № 4. С. 23-42.
20. Плеханова Н. П. Психологические условия формирования индивидуального имиджа. Автореф. дисс. ... канд. психол. наук. М., 2007. 27с.
21. Самойлова М. В. Развитие понимания и порождения метафоры у школьников. Автореф. дисс. ... канд. психол. наук. М., 2002. 22 с.
22. Стиль мышления: проблема исторического единства научного знания. К 80-летию Владимира Петровича Зинченко / Под. Ред. Т. Г. Щедриной. М.: РОССПЭН, 2011. 640 с.
23. Хозиев В. Б. К вопросу о месте консультативного метода исследования в грядущей парадигме психологии // Методология и история психологии. Т. 2, № 1. 2007. С. 190-206.
24. Хозиев В. Б. Опосредствование в теории и практике культурно-исторической концепции // Культурно-историческая психология. 2005. №1. С. 25-36.

25. Хозиев В. Б. Практикум по психологии развития, педагогической психологии и психологии аномального развития: учебное пособие. М.: Издательство Московского психолого-социального университета, 2020. 768 с.

26. Хозиев В. Б. Становление сложного действия как проблема психологии развития / В. Б. Хозиев, О. В. Фролова // Сборник научных трудов. Вып. 15: в 3 ч. Ч. 3. Психология. Педагогика. Лингвистика. Сургут: Изд-во СурГУ, 2003. С. 76-86.

27. Хохлова Н. И. Оригами как пропедевтика к формированию системы геометрических понятий Автореф. дисс. ... канд. психол. наук. М., 2002. 24 с.

28. Эльконин Б. Д. Л. С. Выготский – Д. Б. Эльконин: знаковое опосредствование и совокупное действие // Вопросы психологии. 1996. № 5. С. 57-63.

29. Эльконин Б. Д. Опосредствование. Действие. Развитие. Ижевск: Издательский дом «ERGO», 2010. 279 с.

Khoziev V.B. The theory of systematic and step-by-step formation by P.Ya. Galperin: prospects for renewal

The article discusses several categories of the subject of psychology, research method, mediation, and development that are fundamental to P.Ya. Galperin's theory of systematic and stage-by-stage formation. Because of the subject and method of research developed by P. Ya. Galperin, the theory of planned and phased formation continues to be in demand both in theoretical and practical and psychotechnical aspects.

Keywords: theory of systematic and step-by-step formation, mediation, advisory practice, orientation, P.Ya. Galperin.

УДК 159.99

М.В. Хозиева, И.А. Стеценко

Проблемы гинекологической клиники в психологии женского спорта

Аннотация:

В статье представлены результаты исследования проблем гинекологической клиники в психологии женского спорта. Авторы рассматривают актуальное состояние и основные психологические проблемы женского спорта, общую специфику психосоматических нарушений менструального цикла у женщин репродуктивного возраста, а также прослеживают корреляцию между имеющимися гинекологическими дисфункциями (аменорея, дисменорея, предменструальный синдром) и особенностями организации спортивной деятельности в женском футболе.

Ключевые слова: психосоматика, гинекология, женский спорт, нарушения менструального цикла, психологическое консультирование.

Об авторах: Хозиева Марина Владимировна, Государственный университет «Дубна», кандидат психологических наук, доцент кафедры клинической психологии; эл. почта: aniram_h@mail.ru

Стеценко Ирина Алексеевна, Научно-диагностический центр клинической психиатрии, медицинский психолог; эл. почта: ira.stetsenko2013@yandex.ru

Проблема репродуктивного здоровья женщин-спортсменок представляет особую значимость, поскольку в современном спорте наблюдается тенденция к увеличению у женщин, профессионально занимающихся спортом, психосоматических проблем в гинекологии. Зачастую интенсивные физические и психические нагрузки, стремление к высоким результатам, занятие мужскими видами спорта, отсутствие должной ориентировки в своем здоровье, постоянный контроль питания и веса приводят к разным видам нарушения женского здоровья.

Теоретический анализ исследований дает нам возможность сделать вывод о том, что данная область является недостаточно разработанной, но активно развивающейся в

последние годы в наибольшей степени со стороны медицины и физиологии, а влияние психосоматических факторов на половое созревание, становление и течение менструального цикла требует основательности, целостности и глубины изучения. Врачи, тренеры, а также сами спортсменки зачастую демонстрируют низкий уровень информированности в вопросах психологии женского здоровья, имеют размытые представления о рисках и психосоматических предикторах гинекологических нарушений.

Среди наиболее частых нарушений у спортсменок исследователи выделяют: первичную и вторичную аменорею, олигоменорею, дисменорею, бесплодие [1; 5; 6; 8]. Особое внимание следует уделять подростковому возрасту, поскольку в этот период спортивная деятельность девушек совпадает с началом их полового созревания. Наибольшие риски имеют девочки, начавшие заниматься спортом в препубертате или в первый год после менархе, т.к. эти возрастные периоды считаются наиболее чувствительными для патогенного влияния на сферу гинекологического здоровья и могут нанести серьезный ущерб, который отразится и на репродуктивных возможностях девушки. По результатам статистических данных, возраст начала первой менструации у спортсменок часто превышает стандартные показатели: если средний возраст менархе обычно лежит в диапазоне 10-13 лет, то среди девушек-спортсменок он может превышать отметку в 15 лет [2]. В зависимости от вида спорта, уровня сложности и количества спортивных нагрузок, частота распространения нервной анорексии лежит в диапазоне от 15% до 62%, а аменорея диагностируется у 5-50% женщин в спорте.

Для регулярного менструального цикла женщины важно, чтобы ее тело находилось в комфортных условиях, поэтому одной из главных причин, провоцирующих нарушения регулярной менструации и овуляции, выступает постоянное действие сильного стресса. Его психосоматическое влияние способствует угнетению всех процессов репродуктивной функции. К причинам стресса у спортсменок исследователи относят [7]:

- *Предсоревновательные причины.* Предшествующие плохие тренировочные и соревновательные результаты; конфликты в спорте и в жизни; плохой сон за день или за несколько дней до старта; плохое оснащение соревнований; завышенные требования (как со стороны тренера, так и собственные); дискомфорт от переезда к месту соревнований; постоянные мысли о необходимости выполнения поставленной задачи; отсутствие полной ориентировки в возможностях противника; предшествующие поражения от этого противника и т.д.

- *Соревновательные причины.* Неудачи на старте; необъективное судейство; отсрочка поединка; нервное напряжение во время соревнований; повышенное волнение; несобранность, апатия; значительное превосходство соперника; неожиданно высокие результаты соперника; реакция зрителей; плохое физическое самочувствие; болевой синдром, страх травмы.

Наше исследование проводилось в несколько этапов и было сосредоточено на выявлении основных «мишеней» в вопросах предикторов психосоматических проблем гинекологического спектра, а также на выявлении имеющихся групп риска в женском спорте.

Первый этап исследования направлен на изучение актуального уровня ориентировки спортсменок репродуктивного возраста в своем гинекологическом здоровье. Для этого был проведен опрос среди женщин, вовлеченных в различные индивидуальные и групповые виды спортивной деятельности: футбол, баскетбол, бег, легкая атлетика, фигурное катание, фитнес, теннис. В опросе приняли участие 50 респонденток из России и Республики Беларусь в возрасте от 15 до 34 лет, средний возраст начала активных занятий спортом составил 10-11 лет. Анонимная анкета, разработанная для первого этапа, содержала в себе следующие блоки вопросов:

1. *Общие анкетные данные* (имя, возраст, актуальный вид спортивной деятельности, длительность задействия в данном виде спортивной деятельности, пол тренера).

2. *Наличие/отсутствие менструального цикла, его регулярность* (возраст начала первой менструации, регулярность менструального цикла, частота проявления задержек менструального цикла, частота задержек менструации, превышающие нормативные рамки, ведение «менструального календаря»).

3. *Самочувствие в предменструальный и менструальный периоды* (изменение самочувствия перед началом менструации, наличие/отсутствие выраженности различных проявлений симптоматики предменструального синдрома (ПМС), наличие/отсутствие болевых ощущений в менструальном периоде).

4. *Тренировочный процесс в предменструальный и менструальный периоды* (наличие/отсутствие изменений тренировочной нагрузки в предменструальный период, наличие/отсутствие изменений тренировочной нагрузки в период начала менструации, наличие/отсутствие изменений спортивных результатов во время предменструального

периода, наличие/отсутствие изменений спортивных результатов в период начала менструации).

5. *Индивидуальная оценка уровня влияния тренировочного процесса и периода соревнований на гинекологическое здоровье спортсменок* (оценка уровня негативного влияния тренировочного процесса на гинекологическое здоровье опрашиваемой (усиление менструальных болей, задержки/отсутствие менструации и т.д.), оценка уровня переживания стресса в период соревнований).

6. *Метод контрацепции, наличие детей* (использование/отсутствие использования различных видов гормональной контрацепции, количество детей).

7. *Частота диспансеризации, заболевания репродуктивной системы* (частота посещений врача-гинеколога, наличие/отсутствие каких-либо официально поставленных диагнозов или заболеваний репродуктивной системы (например, эндометриоз, поликистоз яичников, эрозия шейки матки и т.д.).

На основе полученных данных можно сделать вывод о том, что больше половины опрошенных спортсменок не имеют четкой ориентировки в состоянии своего гинекологического здоровья. Несмотря на тренировочные нагрузки, особенности питания, воздействие стресса в период соревнований и пр., лишь 46% опрошенных посещают гинеколога 1-2 раза в год. Подобное отношение может привести к поздней диагностике различных заболеваний или нарушений репродуктивной системы и повлечь за собой тяжелые осложнения.

Для женщин, которые включены в систему интенсивных тренировочных нагрузок, крайне важно получение своевременных консультаций со специалистами, т.к. они входят в состав особой группы риска. Это утверждение также подтверждается результатами статистики имеющихся гинекологических заболеваний у опрошенных: 16% имеют различные заболевания репродуктивной системы, а 12% не знают точного ответа на этот вопрос.

Такие тенденции, по нашему мнению, могут быть обусловлены следующим:

1. Недостаточностью имеющихся знаний в анатомических, физиологических и психологических особенностях функционирования репродуктивной системы.

2. Низким уровнем ориентировки в вопросах своего гинекологического здоровья, даже на уровне базовых диагностических показателей (например, регулярности цикла).

3. Непониманием рисков для собственного здоровья, как в настоящий момент, так и в будущем.

4. Непониманием взаимосвязи между имеющимися физическими нагрузками и ситуациями воздействия интенсивного стресса в период соревнований, которые могут оказывать патогенное влияние на менструальный цикл, психологическое благополучие и общее здоровье организма женщины.

На втором этапе исследования рассмотрена специфика организации работы тренеров женских индивидуальных и командных видов спорта, выяснены позиции испытуемых в вопросах репродуктивного здоровья спортсменок и необходимости психологической помощи спортивным командам. С этой целью проведено индивидуальное полустандартизированное интервью с тренерами женских командных и индивидуальных видов спорта. В исследовании приняли участие 10 человек: 6 мужчин – тренеры футбольных команд, и 4 женщины – 2 тренера волейбольной команды, 2 тренера футбольной команды в возрасте от 22 до 62 лет. При проведении полустандартизированного интервью мы опирались на следующие блоки вопросов: общие данные респондента; уровень образования; специфика женского тренинга; особенности тренерского подхода; используемые педагогические приемы; взаимодействие команды и тренера; организация тренировочного процесса; менструальный цикл спортсменок и его влияние на тренировочный процесс; роль и задачи спортивного психолога в работе с женской командой.

Анализ результатов позволил выделить несколько позиций тренеров:

- «*включенная*» – 30% (отслеживание менструальных циклов спортсменок, проведение дополнительных бесед по вопросам женской физиологии, наличие аптечки с обезболивающим, учет индивидуальных особенностей и потребностей в организации тренировочной нагрузки в предменструальный и менструальный периоды и т.д.);

- «*отстраненная*» – 20% (игнорирование вопросов женской физиологии, ригидность схем тренировочного процесса - «меня это не касается», «все зависит от желания играть, если захочет, то будет», «может, мне еще и за них календарь вести» и т.д.);

- «*смешанная*» – 50% (обращение к вопросам женской физиологии поверхностное, тренировочный процесс выстраивается без учета индивидуальных особенностей и потребностей в предменструальный и менструальный периоды, однако тренер занимает

активную позицию в решении вопросов/просьб, например, отсутствие на тренировке в первые дни менструации, если спортсменки самостоятельно проявляют инициативу).

9 из 10 респондентов выделяют важность роли психолога в работе со своими подопечными, они хотели бы иметь возможность прямого взаимодействия с ним (например, иметь его в штате при спортивной школе или клубе).

Таким образом, подобные результаты, в первую очередь, могут свидетельствовать о недостаточной информированности тренеров женских спортивных команд в вопросах гинекологического здоровья женщин. Интервьюируемые сами обращают внимание на скудность имеющихся знаний, что и приводит к отсутствию полного представления о важности и деликатности в вопросах менструального цикла спортсменок. Полученные результаты указывают на определенную табуированность темы менструального цикла, например, в случае, когда тренер женской команды – мужчина, – как со стороны спортсменок, так и самого тренера. Оба участника этой диады могут испытывать неловкость, что приводит к серьезным последствиям в ситуации невозможности озвучить имеющиеся проблемы или задать необходимые вопросы (например, потеря сознания из-за высокой интенсивности тренировочной нагрузки в период менструации).

В рамках третьего этапа исследования проводилось индивидуальное консультирование спортсменок, занимающихся профессионально футболом. Представительницы этого вида спорта, на наш взгляд, относятся к группе риска в плане развития гинекологической психосоматики. Проведенный теоретический обзор показал, что в ряде случаев к нарушениям менструального цикла у спортсменок приводят различные факторы, имеющие психогенную природу. В этой связи было принято решение провести сбор данных о гинекологическом здоровье девушек-спортсменок в рамках первичного консультирования при помощи методики «Life-line» [4].

В первичном консультировании девушек-спортсменок мы сосредоточили свое внимание на следующих проблемных моментах: возраст начала занятий спортом, особенности выбора актуальной спортивной деятельности (футбол), общий уровень ориентировки в вопросах менструального цикла и репродуктивного здоровья в целом, источники влияния на формирование этих представлений на разных возрастных этапах, а также в разных социальных группах (семья, школа, спортивная команда и т.д.), специфика культуры врачебных обращений, рассмотрение психосоматических предикторов в развитии гинекологических дисфункций (стресс в предсоревновательный и

соревновательный периоды, усиленная тренировочная нагрузка, негативные установки относительно менструального цикла и т.д.).

В рамках первичного консультирования использовалась «методика диагностики самооценки Дембо-Рубинштейн» с дополнительными шкалами (я – спортсмен; я – женщина) [3]. Основной задачей в рамках использования методики стало рассмотрение влияния гинекологических нарушений на субъективную оценку своего здоровья, уверенности в себе, спортивные показатели, а также на ощущения себя женщиной в выборке испытуемых (женщины-футболистки).

В исследовании приняли участие 5 девушек от 18 до 23 лет, которые имели различные виды нарушений менструального цикла (аменорея, дисменорея, предменструальный синдром). Результаты продемонстрировали, что практически все спортсменки не обладают достаточным уровнем ориентировки в вопросах гинекологического здоровья, они плохо осведомлены обо всех имеющихся рисках в спортивной деятельности, которые влекут за собой нарушения менструального цикла. Все это может быть обусловлено весьма обрывочными представлениями в вопросах гинекологии, которые формировались у большинства испытуемых спонтанным путем с опорой на разовые врачебные лекции, которые не исчерпывали всех имеющихся вопросов, мнение одноклассников, подруг или сомнительных интернет-ресурсов. Чаще всего эта тема была табуирована в рамках семейного взаимодействия, т.к. родственники испытывали дискомфорт при ее обсуждении.

Важным для нас результатом стало отсутствие у девушек связи между имеющимися гинекологическими проблемами и наличием влияния на них особенностей спортивной деятельности испытуемых. Лишь две девушки указали на предполагаемую связь между их менструальными дисфункциями и психическим или физическим стрессом. Это может свидетельствовать об отсутствии адекватных психологических копинг-стратегий, которые позволили бы преодолевать сильную тревогу на этапе соревнований.

Большинство девушек ссылается на низкий уровень компетенции тренерского состава в вопросах, связанных с пониманием и подбором анатомически и физически верных для женского организма упражнений. Представления о здоровом уровне тренировочной нагрузки весьма размыты и ориентированы в большей степени на необходимые для победы динамические показатели.

При выпадении менструального цикла на период соревнований все спортсменки были полноценно включены в игровой процесс. Часто командный состав просто не располагает достаточным количеством игроков, что вынуждает девушек продолжать свое участие, несмотря на выраженные болезненные ощущения. Некоторые участницы указывали, что в подобных случаях используют обезболивающие таблетки, которые хотя бы на время купируют симптомы. Позицию большинства тренеров в рамках подобных ситуаций наиболее полно описывает фраза «если ты спортсмен, то ты будешь играть». Подобные высказывания сами девушки объясняют ограниченностью командного ресурса и относятся с полным пониманием таких установок для достижения положительных результатов, и лишь некоторые усматривают в этом подходе риски для их соматического и психологического состояния.

Особое место в исследовании занимала *экспертная оценка* врача одной из команд. В рамках имеющейся условной статистики, сформированной в результате работы в нескольких женских футбольных командах, эксперт приводит следующие данные: примерно у 4-5 футболисток в каждом сезоне фиксируются нарушения менструального цикла, нескольким девушкам был поставлен диагноз «гипоплазия матки», среди спортсменок имеется высокая частота обращений с различными кистами (которые могут получить операбельное разрешение).

Порядок разрешения вопросов гинекологических дисфункций чаще всего выглядит следующим образом: спортсменки самостоятельно отслеживают все показатели менструального цикла, при выявлении нарушений они обращаются к врачу своей команды, который дает направление на обследование у врача-гинеколога, если соматических нарушений после диагностики не обнаруживается, то в дальнейшем происходит корректировка питания и назначается поддерживающая фармакология. Основной причиной подобных нарушений врач считает «RED-S», – избыточные спортивные нагрузки, но соглашается, что психологический фактор может иметь определенное значение (например, сильный стресс).

Организация тренировочного процесса, выдвижение высоких требований к соревновательным результатам часто детерминируются ожиданиями со стороны администрации спортивного клуба. По опыту эксперта, тренеры-мужчины почти не говорят со спортсменками о проблемах в сфере гинекологии, а из-за низкого уровня понимания психологической и физиологической составляющих процесса менструации

могут давать избыточную нагрузку, которая влияет на общие динамические показатели в игре.

Одной из причин нарушения менструального цикла футболисток эксперт приводит диеты среди спортсменок: из-за низкого уровня осведомленности, а также опоры на информацию из недостоверных источников, девушки начинают резко сокращать уровень потребления углеводов, использовать различные биодобавки с недоказанной эффективностью. Подобные тенденции объясняются низким уровнем подготовки и знаний самих тренеров, их устаревшими и ригидными представлениями о питании и организации тренировочного процесса. К другим распространенным видам психосоматической симптоматики, проявляющимся в период соревнований, эксперт относит расстройства ЖКТ, головные боли, возобновление болевых ощущений в местах старых травм.

Таким образом, профессиональный спорт невозможно отделить от постоянного психоэмоционального напряжения, которое, безусловно, негативно сказывается на здоровье спортсменок. Интенсивные тренировочные нагрузки, постоянные переезды, особая диета, жесткий график, экстремальные условия соревновательной деятельности – все это способно дестабилизировать как психологическое, так и соматическое состояние женщины.

Несмотря на высокий уровень физической подготовки, спортсмен не всегда способен преодолевать поставленные перед ним виды физической и психической нагрузки. Оздоровительный и укрепительный характер спорт носит только в том случае, если в нем не реализуются патогенные психоэмоциональные и соматические нагрузки. Большинство спортсменок сталкивается с различными нарушениями, в том числе и проблемами в области гинекологического здоровья, имеющими психосоматическую природу.

Выходом из сложившейся ситуации может стать включение в каждую спортивную команду психолога, в задачи которого будет входить: организация психологической поддержки в сложных ситуациях, как для спортсменов, так и для персонала клуба, психологическая помощь на этапе восстановления после спортивных травм разной степени тяжести, создание обучающих лекций или материалов, на основе которых другие специалисты могут выстраивать собственную работу.

Библиографический список:

1. Безуглов Э. Н. Влияние занятий профессиональным спортом на менструальную функцию / Э. Н. Безуглов, А. М. Лазарев, В. Ю. Хайтин, Е. М. Барскова, Ю. А. Колода // Проблемы репродукции. 2020. № 26(4). С. 37-47.
2. Джемлиханова Л. Х. Женский спорт: репродуктивное здоровье, гормональная контрацепция, допинг / Л. Х. Джемлиханова, Д. А. Ниаури, Г. Х. Сафарян, А. М. Гзгзян // Журнал акушерства и женских болезней. 2019. Т. 68, № 2. С. 87-94.
3. Хозиев В. Б. Практикум по общей психологии: учебное пособие для студентов вузов. М.: Издательский центр «Академия», 2003. 272 с.
4. Хозиева М. В. Практикум по возрастно-психологическому консультированию: учебное пособие для студентов вузов. М.: Издательский центр «Академия», 2002. 320 с.
5. Шахлина Л. Г. Здоровье спортсменок — один из актуальных вопросов современной медицины / Л. Г. Шахлина, С. М. Футорний // Спортивная медицина. 2003. № 1. С. 5-12.
6. Otis C. Exercise-associated amenorrhea // Clinics in Sports Medicine. 1992. Vol. 11(2). Pp. 351-362.
7. von Rosen P. Offered Support and Knowledge about the Menstrual Cycle in the Athletic Community: A Cross-Sectional Study of 1086 Female Athletes / P. von Rosen, L. Ekenros, G. Solli // International Journal of Environmental Research and Public Health. 2022. Vol. 19(19). Pp. 119-132.
8. Solli G. Changes in Self-Reported Physical Fitness, Performance, and Side Effects Across the Phases of the Menstrual Cycle Among Competitive Endurance Athletes / G. Solli, S. Sandbakk, D. Noordhof, J. Ihalainen, Ø. Sandbakk // International Journal of Sports Physiology and Performance. 2020. Vol. 15. Pp. 1324-1333.

Khozieva M.V., Stetsenko I.A. Problems of the Gynecological Clinic in the Psychology of Women's sports

This article presents the results of a study of the problems of the gynecological clinic in the psychology of women's sports. The authors consider the current state and main psychological problems of women's sports, the general specifics of psychosomatic disorders of the menstrual cycle in women of reproductive age and traces the correlation between existing gynecological dysfunctions (amenorrhea, dysmenorrhea, premenstrual syndrome) and the peculiarities of the organization of sports activities in women's football.

Keywords: psychosomatics, gynecology, women's sports, menstrual irregularities, psychological counseling.

УДК 159.9.07

Л.С. Долгунова, Е.А. Харина.

Психологическое сопровождение развития дошкольников с невротизацией в условиях проекта «Быть культурным»

Аннотация:

В статье представлены результаты исследования возможностей психологического сопровождения детей дошкольного возраста с признаками невротизации. Приведена актуальность заявленной темы, рассмотрен клинико-психологический подход к проблеме детских неврозов, где основную роль играет социальная ситуация развития ребенка, мотивы родительского воспитания. Исследование состоит из пилотажного и основного этапов, включает в себя предварительный анализ особенностей развития ребенка, психологическую диагностику до и после проведения групповых занятий. В качестве эффективного метода психологической работы выступает проектная форма обучения. Кратко представлен разработанный авторами проект «Быть культурным», подробно описан практический пример результатов обследования и участия в проектных занятиях одного из испытуемых.

Ключевые слова: невротизация, социальная ситуация развития, проектная форма обучения, ориентировка, культура.

Об авторах: Долгунова Лариса Сергеевна, Государственный университет «Дубна», старший преподаватель кафедры клинической психологии факультета социальных и гуманитарных наук; эл. почта: dolgunova.ls@gmail.com

Харина Елизавета Андреевна, КОГОБУ СШ с УИОП г. Омутнинска, педагог-психолог; эл. почта: harina.elizaveta2016@yandex.ru

Проблема невротизации у детей и подростков до сих пор не теряет своей актуальности. Результаты многочисленных исследований наших коллег, занимающихся изучением особенностей развития детей дошкольного и младшего школьного возраста, подтверждают высокий уровень невротизации среди этой возрастной группы. Особенно

активный рост невротизации приходится на период старшего дошкольничества, который становится важным подготовительным этапом на пути вхождения в новый социальный институт. Именно поэтому проблема невротизации дошкольников представляет область наших интересов.

Наиболее глубокое рассмотрение невроза происходило в рамках психоанализа. В работах З. Фрейда, А. Фрейд, К. Юнга, А. Адлера, Э. Эриксона, К. Хорни и др. мы можем найти подробное изучение симптоматики, этиологии и профилактики детских неврозов [11; 19; 26; 1; 25; 22]. Наиболее важным оказываются разработка периодизации детского развития с описанием необходимости продуктивного разрешения конфликтов и прохождения кризисов на каждом этапе, влияние воспитания и детско-родительских отношений как на особенности протекания кризисных периодов, так и на возникновение патологических состояний.

В отечественной медицине, например, в трудах А. М. Свядоща, Б. Д. Карвасарского, А. И. Захарова, невроз рассматривался как психогенное заболевание личности, вызванное болезненным расстройством нервно-психической сферы организма в результате эмоциональных травм и переживаний [2; 17; 12; 10; 16]. Рассматривая невроз не как болезнь тела, а как заболевание формирующейся личности, врачи вынуждены были обращаться к психологии и, в частности, к психоанализу, ради попыток найти объяснительные конструкты и методы лечения этого заболевания. Но все многообразие описываемых симптомов и причин заболевания врачи-психиатры выводят из статистической информации. В качестве основных методов исследования используются личностные тесты и опросники, которые, как правило, дают поверхностную, лишь первичную информацию, отдельные «симптомы», но не объясняют конкретные механизмы возникновения и развития невротизации.

Клинико-психологический подход к проблеме невротизации, основанный на трудах отечественных психологов, представителей школы культурно-исторической психологии, показал необходимость исследовать детскую невротизацию сквозь призму психологии развития, опираясь на такие понятия, как социальная ситуация развития, ведущая деятельность, зона ближайшего развития и, в конце концов, ориентировка [3; 4; 13; 14; 15].

Исследования А. С. Спиваковской, на наш взгляд, выступают ценным материалом для понимания проблем детской невротизации [18]. Большое внимание автор уделяет

изучению связей между нарушениями развития ребенка и особенностями его социальной ситуации развития. Немаловажным оказывается и подробный анализ ведущей деятельности ребенка, прохождение им кризисов развития, а также изучение истинных мотивов родительского воспитания.

Таким образом, рассмотрение проблем невротизации в развитии позволяет выйти за пределы понимания детского невроза как устоявшегося заболевания личности. Мы полагаем, что причина невротизации кроется в особенностях социальной ситуации развития ребенка и недостаточной ориентировки родителей в понимании того, как должно быть организовано развитие ребенка в том или ином возрасте. Родители, как правило, видят развитие дошкольника в логике подготовки к школе через усвоение фактических умений и навыков, где самым важным оказывается подчинение учителю и его правилам. При этом нет ориентировки родителей в важности именно личностного аспекта развития.

Все это приводит к тому, что у детей обычно плохо развита, а иногда и вовсе отсутствует сюжетно-ролевая игра, а значит, не происходит формирование важнейших новообразований возраста. У ребенка недостаточно средств для вхождения в новую социальную ситуацию развития, возрастные кризисы не преодолеваются. В целом дальнейшее развитие приобретает дисгармоничный характер. Попадая в новый социальный институт, ребенок, лишь внешне готовый к школьному обучению, не имеет полноценной ориентировки в культуре, общении и самом себе. Растет уровень невротизации, мотивация учения снижается, формируется ориентировка на оценку, возникают проблемы во взаимодействии со сверстниками и взрослыми. Возникает противоречие между предъявляемыми ребенку требованиями и отсутствия у него средств для преодоления этого противоречия.

Возникающая на ранних стадиях развития невротизация, которая проявляется как *повышенная тревожность, страхи, сложная эмоциональность* и т. д., долгое время не считается проблемой. Как правило, родители обращаются за психологической помощью позже, когда невротизация перерастает в устойчивые формы невроза, оформляются и закрепляются инфантильные черты, появляется зависимое поведение. Таким образом, невротизация оказывается *результатом неблагоприятного вхождения в новую социальную ситуацию развития вследствие отсутствия адекватных средств для ее освоения, а также непродуктивного проживания предшествующих этому периоду кризисов развития.* «Глубокие переживания, сопровождающие невротизацию, сам факт развития ее

под влиянием психотравмирующей ситуацией, связь качества невротических симптомов с предшествующими особенностями личности указывает на психологическую природу невротизации» [6].

Одним из наиболее продуктивных методов работы, на наш взгляд, выступает организация проектной формы обучения. Объединение теоретических и практических достижений теории планомерно-поэтапного формирования П. Я. Гальперина и теории развивающего обучения Д. Б. Эльконина – В. В. Давыдова привело к созданию обозначенного метода [5; 9; 23; 24]. Психотерапевтический вариант проектной формы обучения можно обнаружить при работе с невротизацией [7]. Участие ребенка в проектной деятельности позволяет снизить уровень невротизации, приобрести продуктивные средства общения, создать комфортные условия для самостоятельной деятельности.

Задача проекта обозначается как конкретная деятельность с описанными свойствами, а содержанием продуктивной деятельности, ведущей к порождению новообразований, выступает *моделирование* – систематическое порождение субъектом целей, средств и результатов в согласии и в логике постижения и преодоления прототипов, задаваемых культурной нормой [21]. Важнейшей задачей проектной формы является формирование внутренней мотивации ребенка, его стремление к самосовершенствованию, к развитию познавательных способностей, к уверенности в своих силах. Проектная форма обучения характеризуется непосредственным взаимодействием и сотрудничеством между учащимися, дети становятся активными участниками, меняется смысл и значение учебной деятельности [8]. Проектная форма обучения не ставит главной целью схватывание и усвоение готовых знаний, – наоборот, взрослый здесь пытается приобщить учеников к культуре, где знания становятся инструментом собственной деятельности для продвижения вперед.

Методика исследования

Наше исследование было направлено на изучение эффективности психологического сопровождения детей в рамках проекта «Быть культурным». Проектная форма выстроена в логике освоения азов этикета и культуры общения. Исследование состояло из нескольких частей и этапов. *Пилотажное исследование* проводилось в период с февраля по апрель 2023 г. на базе ДОУ №9 «Незабудка» г. Дубны Московской области. В нем принимали участие 6 детей дошкольного возраста (6-7 лет), которые имели

задержку речевого развития и обучались в логопедической группе. *Основное исследование* охватывало временной период с июля по октябрь 2023 г. и проводилось на базе МКДОУ детский сад №16 «Малыш» г. Омутнинска Кировской области. Его участниками стали 11 детей (6 лет) из подготовительной группы. В экспериментальную группу вошли 7 детей, в контрольную – 4 ребенка. Формирование выборки испытуемых производилось по результатам беседы с воспитателем и психологом детского сада, которые отмечали у детей признаки невротизации.

Первый этап исследования представляет собой анализ социальной ситуации и особенностей развития ребенка. Он проводился посредством анкетирования родителей, а также беседами с ними, воспитателем и психологом детского сада. На первом этапе удалось собрать необходимые данные из истории развития ребенка, определить предпочитаемые типы родительского воспитания и проанализировать их возможное влияние на возникновение и поддержание невротизации у ребенка.

На втором этапе исследования проводился претест – индивидуальное обследование ребенка, целью которого являлось выявление стартовой позиции детей, а именно: определение их индивидуальных познавательных возможностей, общего уровня и особенностей речевого развития, выявление эмоциональных и волевых особенностей, а также представление о развитии сюжетно-ролевой игры и уровне совместной деятельности. Диагностическое занятие в группе, целью которого стало выявление уровня их совместной деятельности, способов и средств взаимодействия детей друг с другом, того, как они реагируют на предложение тех или иных заданий, принимают и держат задачу, соблюдают правило, наконец, выяснение общей осведомленности детей об этикете.

Третий этап исследования посвящен реализации группового проекта. Опираясь на «Практикум по психологии развития, педагогической психологии и психологии аномального развития» В. Б. Хозиева, нами был разработан проект «Быть культурным» [20]. Основной целью проекта стало *преодоление проблем невротизации, формирование произвольности, децентрации и умения строить продуктивную совместную деятельность со сверстниками и взрослыми*. На занятиях происходило обсуждение тем, непосредственно связанных с этикетом, разбор морально-нравственных отношений, моделирование проблемных ситуаций, что обеспечивало развертывание и подвижность ориентировки, овладение культурными средствами взаимодействия между людьми.

Необходимым условием реализации проекта стало создание творческой среды, в которой ребенок смог бы ощутить свободу собственного выбора наравне с ответственностью за него так, чтобы у него появилось стремление не только к разрешению проблемной ситуации, но и к анализу его причин и следствий. Крайне важным было не научить ребенка правилам этикета, а создать условия для формирования у него более зрелой, культурной позиции.

Четвертый этап исследования заключался в повторном обследовании детей с целью сравнения результатов контрольной и экспериментальной группы.

Результаты исследования

Результаты исследования показали у испытуемых (детей дошкольного возраста) крайне низкий уровень развития ведущей деятельности. Почти у всех имеются сложности взаимодействия между сверстниками и взрослыми вследствие недостатка необходимых средств общения; низкий уровень совместной деятельности. Ввиду слабо развитой игры, мы наблюдаем и проблемы в развитии воображения, которое играет существенную роль в познавательном развитии ребенка. К такому выводу мы пришли, анализируя результаты проведения таких методик, как «Рассказ по сюжетной картинке», «Детский апперцептивный тест» и, конечно, по анализу игровой деятельности. Обнаружено, что большинство детей испытывают трудности при составлении развернутого рассказа по картинке, однако еще большие трудности вызывает свободное фантазирование – сюжеты игр просты и однообразны.

Помимо прочего, у всех испытуемых наблюдается высокий уровень невротизации. Стоит сказать, что невротизация у детей проявлялась по-разному: наличие разнообразных страхов, повышенная тревожность, суетливость, повышенная аффективность, агрессивность или, наоборот, замкнутость. Почти у всех присутствовали часто повторяющиеся движения, у некоторых – двигательное беспокойство. Нередко встречалось избегание новых ситуаций в связи со страхом быть неуспешным и допустить ошибку.

После проведения проекта «Быть культурным» отметилась положительная динамика в сфере взаимодействия и активности в группе. На первых занятиях ребята во многом игнорировали друг друга и психолога, или ждали, когда к ним обратятся. Преобладали эгоцентрические формы высказываний. Однако в процессе совместной деятельности были отмечены первые шаги в сторону диалога и ориентировки на другого.

Дети стали все больше проявлять инициативу и высказывать свое мнение. Немаловажным стало то, что многие перестали отказываться от деятельности и начали просить о помощи. Уже после нескольких занятий в проекте наблюдалось резкое и устойчивое снижение невротизации у всех участников.

Отдельно представим результаты обследования и участия в проекте испытуемой В., 6 лет. Из данных первичной анкеты известно, что девочка воспитывается в полной семье, проживает с мамой (31 год) и папой (38 лет). Во время беременности и родов осложнений не было, ребенок родился в срок. Грудное вскармливание длилось около 1 месяца. Раннее развитие соответствует возрастным нормам. Длительных разлук с родителями в этот период не было. Ребенок предпочитал общаться с родителями и бабушкой. Незнакомые люди пугали В., что вызывало реакцию плача. Приучение к горшку проходило с трудом, по всей видимости, в связи с ранним приучением (с 6 месяцев). Около 2-х лет самостоятельно пошла на горшок. В 3 года В. перенесла мононуклеоз, аденоиды.

Детский сад начала посещать с 2-х лет, адаптация проходила спокойно. Отношения с детьми и воспитателями хорошие. Детский сад посещает с радостью. Мама отмечает, что занимается с дочкой чтением, письмом, арифметикой, но дополнительные занятия по подготовке к школе не посещают. В. любит играть с мягкими игрушками и рисовать. Невротические проявления мама девочки отрицает. Единственное, что беспокоит – страх насекомых («если к ней подлетает муха, мошка, то начинает истерить, очень боится пауков»).

Со слов воспитателя, В. может быть несдержанной, импульсивной, может даже толкнуть или ударить другого ребенка. Чаще всего такое недовольство проявляется во время игры, когда другие ребята начинают отходить от установленных ею правил. Болеет редко, детский сад посещает регулярно. Девочка всегда и везде стремится быть первой, поражения принимает тяжело. Обидчива.

Результаты Опросника родительского отношения (А. Варга, В. Столин).

Шкала 1. Принятие – 77% (6 б.), отвержение – 3,8% (1б).

Шкала 2. Кооперация – 12,99% (6 б.).

Шкала 3. Симбиоз – 85,63 % (5 б.).

Шкала 4. Авторитарная гиперсоциализация – 69,3% (4 б.).

Шкала 5. Маленький неудачник – 1 б.

По результатам опросника можно предположить, что мама положительно относится к девочке, стремится проводить много времени с ребенком, одобряет ее интересы и планы. Однако мама В. не отметила утверждение «мой ребенок нравится мне таким какой есть», и отметила «я не доверяю своему ребенку». Мама испытывает чувство расположения, всегда старается помогать, принимает участие в делах, учитывает мнение дочери. Отмечается высокий балл по шкале «Симбиоз». Такой результат может свидетельствовать о достаточно сильной симбиотической связи между мамой и дочерью, когда родитель стремится удовлетворить все потребности ребенка, оградить его от трудностей и неприятностей жизни. Прослеживается авторитарная позиция родителя.

По результатам первичной диагностики удалось выяснить следующее: девочка легко вступает в контакт, на предложение позаниматься отреагировала с интересом. На занятиях испытывала стеснение, говорила тихо и спокойно. Отмечались признаки невротизации (покачивания, почесывания, кусание рук и пальцев). На вопросы отвечала, но инициативу не проявляла. Развернутого рассказа нет. Во время рисования на вопрос о совместном времяпрепровождении В. ответила, что ее мама любит смотреть кино и иногда прибираться, а папа почти все время играет в компьютерные игры и не уделяет ей время («не-а, папа не любит играть со мной»). Рисунок в целом положительный, цветовая гамма разнообразная, люди улыбаются. Однако можно отметить сильный нажим карандаша, что указывает на тревожность автора рисунка. Результаты методики «Незаконченные предложения» указывают на недостаточный уровень совместной деятельности ребенка с родителями, поскольку девочка не может сказать, чем она занимается с папой и мамой, не может описать их характеристики. Отмечается страх темноты.

Групповая работа в рамках проекта «Быть культурным»

На первых занятиях проекта В. занимала «активную» позицию, было заметно, что за ней тянутся другие дети, повторяют положительные и отрицательные действия. Отмечались бурные отрицательные реакции на нежелательные действия со стороны психолога или других детей. Например, В. могла выкинуть фломастеры на пол, потому что ей не нравился цвет или толкнуть другого ребенка, если тот подошел первый или забрал желаемую вещь. Отмечались реакции обиды, когда В. уходила от всех в сторону и отказывалась играть или выполнять задания. Ситуации неуспеха сопровождались демонстративными реакциями отказа (выкидывает листы бумаги, начинает бегать или

баловаться). Девочка перебивала психолога, отрицательно отвечала на его предложения, иногда грубила. Однако, В. часто помогала другим ребятам, если те что-то не успевали. В собирании разрезной картинке В. никак не участвовала, от представления себя отказалась, в беседе на тему «Этикет» не участвовала. На протяжении первых занятий наблюдались признаки невротизации. Девочка периодически грызла фломастеры, карандаши, почесывалась.

На последних занятиях проекта В. была включена в работу, активно участвовала в играх. На предпоследнем занятии «Гостеприимство» она проявила инициативу в распределении ролей, удерживала роль до конца игры. Несмотря на стеснение, В. выступала перед ребятами, других слушала более внимательно. Бурных реакций отказа, демонстрации недовольства не наблюдалось. Девочка стала настоящим помощником, помогала поддерживать дисциплину на занятии, оказывала помощь и поддержку другим участникам проекта

Результаты пре- и посттеста диагностики школьной тревожности по А.М. Прихожан. До проекта в ответах В. были преобладали отрицательные оценки (7 отрицательных ответов и 5 положительных), после проекта – положительные (3 отрицательных ответа, 10 положительных). В первом случае отрицательные ответы больше всего были связаны с ситуацией неуспеха («пришла последняя», «грустное, потому что у нее подруга самая первая пришла») и школьной жизнью («забыла ответ», «пошла в школу рано»). В повторной диагностике один отрицательный ответ был связан с домашними хлопотами («не любит убираться в комнате»), другой – со школьной жизнью («не хочет, забыла задание»), при этом В. отметила, что учительница не ругает девочку, а поддерживает и говорит о том, что работу можно сделать позже и в этом нет ничего страшного. Прослеживается положительная динамика в отношении к школьной жизни. Стоит отметить, что на повторной диагностике В. была более активной, ее речь была развернута: она рассказывала целые истории по картинкам, хотя психолог изначально этого не требовал. На первой диагностической встрече В. отвечала очень кратко, односложно, психологу приходилось задавать наводящие и уточняющие вопросы.

В результате проведенного исследования нам удалось установить, что участие ребенка в проектной деятельности позволяет снизить уровень невротизации, приобрести продуктивные средства общения, а также создать комфортные условия для развития самостоятельности и повышения уровня произвольности. Однако нам хотелось бы

особенно подчеркнуть то, что при клинико-психологическом сопровождении детей с невротизацией одной из главных линий выступает работа с социальной ситуацией развития ребенка посредством ориентировки родителей в индивидуальных и возрастных особенностях ребенка, организации совместной деятельности в зоне ближайшего развития.

Представляется, что из всех возможных форм сопровождения детей с невротизацией наиболее продуктивной оказывается именно проектная форма, поскольку она выстраивает особую зону ближайшего развития, где возможен процесс овладения необходимыми средствами с последующим переносом их в другие жизненные ситуации. Это значительно расширяет ориентировку в самом себе и мире сложных общественных отношений, что в свою очередь способствует снижению невротизации.

Библиографический список:

1. Адлер А. Практика и теория индивидуальной психологии. М.: Gaudeamus, 2015. 165 с.
2. Божович Л. И. Проблемы формирования личности. Избранные психологические труды. 3-е изд. М.: Московский психолого-социальный институт; Воронеж: НПО «МОДЭК», 2001. 352 с.
3. Выготский Л. С. Психология развития ребенка. М.: Изд-во Смысл, Изд-во Эксмо, 2005. 512 с.
4. Выготский Л. С. Собрание сочинений: В 6-ти т.; Т.4. Детская психология / Под ред. Д. Б. Эльконина. М.: Педагогика, 1984. 432 с.
5. Гальперин П. Я. Лекции по психологии: Учебное пособие для студентов вузов. 2-е изд. М.: КДУ, 2005. 400 с.
6. Гегеле А. Ф. Исследование причин школьной невротизации: анализ случая // Вестник БГУ. 2012. №1 (1). С. 202-207.
7. Гегеле А. Ф. Школьная невротизация: опыт психологического сопровождения // Психология и школа. 2008. № 4. С. 3-16.
8. Гузич М. Э. Предыстория и современное состояние проектной формы обучения // Проектная форма обучения: опыт создания, исследования и применения: монография / под ред. В. Б. Хозиева, Н. И. Хохловой, Н. П. Плехановой. Сургут: ИЦ СурГУ, 2014. С. 14-26.

9. Давыдов В. В. Теория развивающего обучения. М.: ИНТОР, 1996. 544 с.
10. Захаров А. И. Неврозы у детей и подростков: Анамнез, этиология и патогенез. М.: Медицина, 1988. 174 с.
11. Фрейд З. Большая книга психоанализа. Введение в психоанализ. Лекции. Три очерка по теории сексуальности. Я и Оно». М.: АСТ, 2015. 970 с.
12. Карвасарский Б. Д. Неврозы. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Медицина, 1990. 576 с.
13. Леонтьев А. Н. Психологические основы дошкольной игры // Психологическая наука и образование. 1996. № 3. С. 19-32.
14. Леонтьев А. Н. Проблемы развития психики. 5-е изд., испр. и доп. М.: Смысл, 2020. 526 с.
15. Леонтьев А. Н. Вопросы психологии ребенка дошкольного возраста: Сб. ст. / А. Н. Леонтьев, А. В. Запорожец. М.: Международный Образовательный и Психологический Колледж, 1995. 144 с.
16. Обухова Л. Ф. Возрастная психология: учебник для вузов. М.: Высшее образование; МГППУ, 2008. 460 с.
17. Свядоц А. М. Неврозы (руководство для врачей). СПб.: Питер Паблишинг, 1997. 441 с.
18. Спиваковская А. С. Профилактика детских неврозов (комплексная психологическая коррекция). М.: Изд-во МГУ, 1988. 200 с.
19. Фрейд А. Теория и практика детского психоанализа. Том 2. Пер. с англ. М.: Апрель Пресс, Изд-во ЭКСМО-Пресс, 1999. 400 с.
20. Хозиев В. Б. Практикум по психологии развития, педагогической психологии и психологии аномального развития: учебное пособие. М.: Издательство Московского психолого-социального университета, 2020. 768 с.
21. Хозиев В. Б. Практикум по психологии формирования продуктивной деятельности дошкольников и младших школьников: Учеб. пособие для студ. психол. фак. высш. учеб. заведений. М.: Издательский центр «Академия», 2002. 272 с.
22. Хорни К. Невроз и личностный рост. Борьба за самореализацию. СПб.: совместное издание Восточно-Европейского института психоанализа и БСК, 1997. 316 с.
23. Эльконин Д. Б. Детская психология: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. 4-е изд. М.: Издательский центр «Академия», 2007. 384 с.

24. Эльконин Д. Б. Психологические вопросы дошкольной игры // Психологическая наука и образование. 1996. Т. 1, № 3. С. 5-18.

25. Эриксон Э. Детство и общество. СПб.: Ленато, АСТ, Фонд «Университетская книга», 1996. 592 с.

26. Юнг К. Аналитическая психология: [сборник]. М.: Издательство АСТ, 2020. 368 с.

Dolgunova L.S., Hharina E.A. Psychological work with preschool children with symptoms of neurosis in the context of the developmental project «To be cultured»

The article presents the results of a study of the possibilities of psychological support for preschool children with signs of neuroticism. The relevance of the stated topic is given, the clinical and psychological approach to the problem of childhood neuroses is considered, where the main role is played by the social situation of the child's development, the motives of parental education. The study consists of an aerobic and basic stages. It includes a preliminary analysis of the child's development characteristics, psychological diagnostics before and after group classes. The project form of education acts as an effective method of psychological work, the project "To be cultural" developed by the authors is briefly presented. A practical example of the results of the survey and participation in project classes of one of the subjects is described in detail.

Keywords: neuroticism, social situation of development, project form of education, orientation, culture.

УДК 159.9.07

А.Н. Долженко, Д.А. Захарова

Клинико-психологическое сопровождение младшего школьника с проблемным поведением в условиях замещающей семьи

Аннотация:

В статье представлены результаты годичного клинико-психологического сопровождения ребенка из приемной семьи. Описаны основные линии, этапы, задачи психологической работы, их содержание, а также основная феноменология развития ребенка и семьи. Показана важная роль консультативного метода в преодолении проблемного поведения в школе.

Ключевые слова: развитие, откат, опосредствование, культурно-историческая психология, консультативный метод, сиротство, замещающая семья, приемная семья, задержка психического развития.

Об авторах: Долженко Анастасия Николаевна, Государственный университет «Дубна», старший преподаватель кафедры клинической психологии; эл. почта: anastation_93@mail.ru

Захарова Дарья Александровна, Государственный университет «Дубна», студент кафедры клинической психологии; эл. почта: darya.zaxarova.03@list.ru

Введение

Проблема вхождения осиротевшего ребенка в новую семью, его взросление и развитие в ней сохраняет свою актуальность еще с начала XX в., ведь огромное количество вариантов детского онтогенеза выстроено на базе детского дома и дома ребенка. Снижающееся по официальным источникам в период с 2013 по 2023 гг. число детей, оставшихся без попечения родителей (с 491,5 тыс. до 375,7 тыс.) и детей,

пребывающих в детских домах (со 106 тыс. до 35 тыс.)¹, будто бы должно вызывать позитивный настрой, однако закрытый тип таких учреждений и отсутствие независимой экспертизы качества их работы (особенно после нашумевшего д/ф Е. Погребижской) ставит под вопрос надежность этих статистических данных и грядущие перспективы детей-сирот даже в новых семьях².

Психологические исследования XX-XXI в. подтверждают тот факт, что отсутствие родительской любви и заботы наряду с перемещением в новую семью для самого ребенка – всегда в значительной степени травмирующий опыт [1; 3; 5; 6; 8; 15; 16; 20]. Внутри детского дома у ребенка оформляется особое отношение к режимным и бытовым аспектам (еде, гигиене и т.д.), одежде, требованиям со стороны взрослого, поэтому можно с уверенностью сказать, что при включении ребенка в приемную семью происходит жесткий вневременный психологический кризис.

В академической литературе все чаще звучит идея контролируемого вхождения ребенка в новую для него социальную среду: описываются необходимые условия и этапы, а также характерные для них затруднения не только ребенка, но и всей семьи, связанные с изменением ее привычного уклада жизни и структуры, в том числе обсуждается организация поддерживающих условий (доступность широкого спектра специалистов, от медицинских до социальных работников, финансовая и юридическая помощь семье и т.д.) [7; 9; 11; 21].

Однако содержание, порядок и причины наступления именно психологического кризиса (ребенка и семьи) практически не раскрыты, что на практике задает непростую ситуацию сопровождения приемных семей. Кроме того, разработанные и тщательно прописанные программы (по типу школ для приемных родителей) на практике, как правило, оказываются недостаточно эффективны: лекционный материал нередко сокращен и лишь поверхностно ориентирует родителя в тонкостях детского развития,

¹ Данные приводит глава российской межведомственной делегации на 95-й сессии Комитета по правам ребенка [18], заместителя Министра труда и соц. защиты РФ А.В. Вовченко от 22.01.2024 г.

² Фильм, вышедший в 2013 г., выступил катализатором изменений в организации и обустройстве детских домов, способствовал созданию и развертыванию федеральных программ в этой сфере. Однако предпринятые правительством меры снижения численности детей-сирот отчасти являют собой «игру в статистику»: среди них, например, стремление сохранить ребенка в кровной семье, даже если она неблагополучная; отсутствие официальных данных по детям, временно размещенным в учреждениях (по заявлению родителей или в связи с их отсутствием), а таковых не мало; кроме того, нужно учитывать и общее снижение показателей рождаемости в стране. Содержательный анализ этой непростой ситуации со статистикой по сиротству в стране представлен на онлайн-платформе «Если быть точным» [19].

особенно с фактом сиротства в анамнезе; родители не всегда ходят на них вместе (по принципу «один все передаст остальному»), второй же неполным образом включен в подготовку семьи к принятию ребенка, не успевает понимать и осваивать задаваемые ориентиры и средства; расширенная семья нередко остается не включенной в этот процесс, хотя в дальнейшем неизбежно участвует в воспитании и развитии ребенка. Влияние семьи на ребенка чрезвычайно сильно, и в условиях такой недостаточной подготовки она будет искажать траекторию его развития. Несомненно, правильный путь – психолог, который сопровождает этот процесс.

В статье мы рассмотрим историю мальчика М. 8 лет (на момент обращения – 7 лет), усыновленного в полную семью (с уже взрослыми кровными сыном и дочерью) в возрасте около 2 лет. Запрос со стороны родителей на момент обращения касался плохого поведения ребенка дома (непослушание, игнорирование просьб, намеренная порча предметов быта), низкой успеваемости и проблемного поведения в школе, деструкции в играх и взаимодействии со сверстниками.

В ходе анализа истории развития М. стало понятно, что уже на момент усыновления у него присутствовала задержка в развитии локомоторных и бытовых навыков (самостоятельная ходьба и первичные навыки самообслуживания начали интенсивно оформляться к 2 годам только после активной работы родителей в этом направлении), а также речи (первые попытки произнести слово – в 2 года).

Замедление темпа развития, судя по анамнестическим сведениям, было обусловлено продолжительной депривацией ребенка и ослабленным состоянием ЦНС из-за воздействия психофармакологических препаратов в детском доме (седативные препараты использовались как средство умирения часто плачущих и слишком подвижных, неуправляемых детей)¹. Многие шаги в развитии ребенка родители делали интуитивно и поначалу в верном направлении, ориентируясь на уже имеющийся опыт

¹ На факт наличия депривации ребенка в детском доме указывают многие исследователи в области психологии развития (Д. Боулби, Н. М. Щелованов, И. Лангмейер и З. Матейчик, М. Эйнсворт, А. М. Прихожан, М.К. Бардышевская и др.). Обусловлено это чаще всего тем, что персоналу, как правило, не хватает времени и сил на поддержание стойкой и интенсивной эмоциональной связи и общения со всеми детьми внутри учреждения, нередко основной формой взаимодействия ребенка и взрослого становится уход (поменять подгузники, покормить, помыть и т.д.), имеются «любимчики», которым достается большая часть внимания воспитателя, в то время как дети, с кем построение контакта по каким-либо причинам затруднено, остаются как бы на периферии этого содержательного взаимодействия.

родительства: налаживание эмоциональной связи и интенсивное общение с ребенком, приучение его к горшку, удержанию ложки при еде, реализация предметной игры и т.д.

Однако дальше отмечается резкое вхождение ребенка в детский сад с затрудненным построением контактов с детьми, воспитателями. Вследствие низкого уровня развития речи и дефицита опыта взаимодействия ребенок сам не был в состоянии обнаружить более эффективные средства и эталоны общения, а взрослые прибегали либо к игнорированию возникающей трудности («привыкнет», «само решится», «с кем не бывает»), либо к грубому отстранению ребенка от совместной деятельности (СД), чтению «моралите», наказаниям.

Плохие отношения в саду породили систематическую отгороженность ребенка с большим стремлением вступить в социальный контакт, но при этом неумением в нем быть. Преобладание аффективных форм действовало на это взаимодействие деструктивно.

Наблюдался недостаток содержательно обустроенной совместной деятельности дома (совместная игра из-за чрезмерной родительской загруженности заменялась гаджетами или простыми эмоциональными, подвижными формами взаимодействия), из-за чего М. систематически оказывался вне важных морально-нравственных ориентиров, открывающихся ребенком в сюжетно-ролевой игре.

За пройденные годы его развития в семье адекватного психологического сопровождения со стороны, судя по всему, не было, потому развитие ребенка можно полагать как спонтанное (слабо управляемое и слабо организованное). По этой причине на момент начала работы с психологом были видны стертые следы задержки в развитии, а именно:

1. **Низкий уровень развития игры.** Опора в основном на предметную игру (в самолеты, машины, конструктор, пазлы). В наблюдаемых микро-сюжетах систематически отмечалась деструкция (взрывы, аварии, драки). М. затруднялся самостоятельно построить сложный развернутый сюжет, но охотно включался в игру при инициировании сюжета со стороны взрослого (однако длительное удержание замысла игрового контекста было затруднено). Ролевые позиции были доступны, но в ограниченном спектре и характеризовались неустойчивостью, с трудом давалась морально-нравственная оценка как собственного поведения, так и поведения героев.

2. **В учебной деятельности** отмечалась несформированность учебной мотивации при вполне сохранном интеллекте (недостаточный по силе и неустойчивый

познавательный интерес, превалирование стремления к общению со сверстниками и игровых интересов и над познавательными мотивами), низкий уровень произвольности, принятия и длительного удержания правил, уход от поставленных задач, особенно в продуктивных видах деятельности и задач на мелкую моторику (иногда с аффектацией по типу протеста, наигранной обиды). В связи с нарушением общей дисциплины класса, отвлечением одноклассников от учебного процесса, М. часто получал плохие оценки и выговоры со стороны учителя и родителей. Операционально-технические затруднения в учебной и продуктивной деятельности (лепке, рисовании, конструировании) были связаны с недостаточностью внутренних средств контроля течения деятельности, низкой произвольностью и незрелой мотивацией в отношении задач, не попадающих в игровые интересы ребенка.

3. Эгоцентризм, затрудненность в построении содержательной и продуктивной совместной деятельности со сверстниками. Привлечение внимания через проблемное, провокационное поведение (оскорбления, насмешки, вспышки агрессии), из-за чего мирное решение противоречий или поиск компромисса в конфликте со сверстниками оказывался недоступным.

Отечественные исследователи видят корни проблемного поведения в школе как раз в незрелой и нестойкой учебной мотивации и несформированности познавательных мотивов, низкой произвольности и сниженном уровне опосредствования собственного поведения, выраженном эгоцентризме и суженном спектре средств и способов совладания с фрустрацией [4, 10, 17]. Такие новообразования напрямую связаны с формами и содержанием СД внутри семьи как первейшего социального института, а также с развитием сюжетно-ролевой игры, которая выступает ведущей в дошкольном возрасте деятельностью и подготавливает почву для дальнейшего личностного развития ребенка.

Кратко представим основные этапы, тренды, параметры фиксации результатов в нашем исследовании. Психологическая работа шла по нескольким магистральным линиям, которые могли осуществляться параллельно в тот или иной период времени.

1. Проведение коррекционно-развивающих занятий с ребенком:

- Было важно перевести ребенка с предметного уровня игры на ролевой и сюжетно-ролевой, т.к. только через игру возможно преобразование морально-нравственной и мотивационной сферы, формирование произвольности. Эти этапы подготавливают дальнейшее личностное развитие ребенка, без их прохождения оно

попросту невозможно (в таком случае прогнозируется крайне низкая траектория развития, которая, как правило, обрастает аномалией и патологией, приводит к деструкции ведущей деятельности), к тому же в учебной деятельности уже наблюдались проблемы.

- Развитие эталонов, средств и форм общения, сотрудничества, совместной деятельности.
- Преодоление операционально-технических затруднений в учебной деятельности через цикл занятий по формированию внимания, а также введение средств для планирования учебной нагрузки и подготовки уроков.

2. Консультирование семьи по вопросам развития ребенка (с домашними заданиями по организации совместной с ребенком деятельности, видоизменению системы воспитательных приемов и позиций, рефлексии проблемных ситуаций).

3. Включение мальчика в групповую форму взаимодействия с целью переноса оформляющихся на занятиях с психологом средств построения СД и общения в реальные отношения со сверстниками.

Всего в период с 16.04.2023 г. по 31.03.2024 г. было проведено 57 индивидуальных занятий с ребенком, 4 полноценные консультации с родителями по их запросу (длительность каждой составляла 1,5 ч.) и около 20 кратких (около 15-30 мин.), инициированных по просьбе психологов. Кратко представим этапы и результаты клинико-психологического сопровождения данной семьи по намеченным линиям.

1) Диагностический этап (с 1 по 7 занятие, а также 4 контрольных срезов в течение всего хода сопровождения, в том числе при включении ребенка в групповую форму работы).

Задачи этапа:

- установление доверительного контакта с ребенком и его близкими;
- проведение диагностической консультации с родителями (уточнение запроса, сбор анамнеза ребенка и семьи);
- пробы на совместную деятельность родителей и ребенка;
- проведение цикла занятий с ребенком, выстроенных по принципу единства диагностики и коррекции (для наиболее полного и точного описания ЗАР и ЗБР мальчика, контроля меры освоения вводимых средств и оформляющихся промежуточных новообразований).

На основании выделенных затруднений ребенка, ЗАР и ЗБР ребенка в дальнейшем строились основные мишени нашей работы, а также корректировался план занятий.

2) Развитие сюжетно-ролевой игры и формирование внимания (с 7 по 57 занятие).

Задачи, решаемые психологами в ходе занятий с ребенком:

- развертывание сюжетно-ролевой игры с целью повышения чувствительности ребенка к нравственности/морали в системе человеческих взаимоотношений через усложнение игровых сюжетов;
- развитие децентрации и совершенствование средств СД (отработка средств сотрудничества, взаимопомощи, оказания заботы и т.д.);
- формирование произвольности, усложнение познавательного интереса с целью улучшения учебной деятельности;
- компенсация операциональных затруднений в осуществлении контроля за протекаемой деятельностью (с 20 по 32 занятие). Стало понятно, что внимание как умственная функция контроля не сформирована в достаточной степени, в учебной деятельности отмечалось много ошибок по невнимательности. Задача осуществлялась по схеме П. Я. Гальперина [2; 12, с. 157].

Результаты. С перестройкой совместной деятельности в игре ребенка появляется интерес к тематике межличностных отношений (кафе, магазин, семья и т.д.). Роль принимается и удерживается, сопровождается ролевой речью, характеристика персонажей и их поступки теперь взаимосвязаны и адекватны сюжету, становится доступна морально-нравственная оценка поведения героев, появляется адекватный сюжету эмоциональный ответ. Кроме того, оформляется собственная инициатива в выборе сюжета, распределении ролей и задач внутри него, задачи на продуктивные виды деятельности не вызывают отказа и протестов. Сокращается частота, а затем стойко преодолеваются проявления деструкции и аффекта в игре и взаимодействии (заменяются возможностью договора или поиска компромисса).

Мальчик становится более чутким по отношению к близким (стал оказывать заботу родителям в период болезни, например, готовить и приносить чай, еду), появляются друзья внутри школы, в кружках дополнительного образования. Расширение и усложнение интересов внутри сюжетно-ролевой игры повлекло за собой появление более устойчивого познавательного мотива (в области техники), а после цикла занятий по

формированию внимания вырос уровень произвольности, усидчивости. Как следствие, улучшились показатели учебной деятельности (М. стал проявлять собственный интерес к заданиям, чаще полностью самостоятельно выполняет классные и домашние работы, стал получать хорошие оценки и похвалу от учителей), но эти изменения все еще остаются нестойкими (длительные перерывы по причине болезни или каникул способствуют возникновению кратковременного отката).

Аффективные проблемы в поведении, начиная с 20-х занятий, стойко сохранялись чаще всего в общении и взаимодействии родителей и ребенка дома, т.е. напрямую оставались связаны с отношениями внутри семьи, из-за чего появилась необходимость изменения формы клиничко-психологического сопровождения (упор на работу с родителями).

3) Консультирование семьи по вопросам развития ребенка (с 12 по 50 занятие).

Паттерны эмоционального реагирования были заимствованы ребенком из поведения приемных папы и мамы, которые достаточно эмоциональны, аффективны, не особо стесняются в словах, выборе наказаний и прочем. По сути, мы застали ситуацию кризиса 3-х лет, когда ребенок пытается определить границы и возможности своего действия, но не может принять законы, требования, нормы взрослых, а они оказываются не в состоянии ему эти законы внятно ни объяснить, ни организовать его поведение (спешат, аффектируют, используют способ навязывания и рационального объяснения сложных и недоступных ребенку позиций, прибегают к слишком широким абстракциям). В результате они разрушают ситуацию присвоения домашнего социального опыта.

Стиль воспитания в семье можно описать как амбивалентный (гиперопекающие черты сочетаются с эпизодами усиленного контроля и критики) с непоследовательностью в реализации воспитательных принципов. Отсутствие адекватных представлений о причинах протестного поведения ребенка и дефицит зрелых воспитательных приемов со стороны родителей негативно отражались на взаимоотношениях с М.

Из-за большой рабочей нагрузки родителей и за неимением возможности длительного их пребывания с ребенком большую часть свободного времени М. проводил за игрой в гаджеты, а дефицит СД с отцом и матерью нередко компенсировался с их стороны покупками игрушек (в основном однотипными, вызывающими наибольший

интерес у ребенка, не способствующих расширению и усложнению познавательных мотивов).

Задачи, решаемые психологами в работе с родителями:

- перестройка модели взаимодействия с ребенком, в том числе с помощью периодически выдаваемых родителям домашних заданий: изменение системы санкций и наказаний (которые не всегда были адекватны ситуации, мотивации ребенка, его возможностям понимания), расширение спектра совместных видов деятельности, развитие форм родительской и общесемейной поддержки;
- перенос и поддержка развивающих задач, реализуемых на занятиях, в семейной домашней среде. Важным было включение на первых этапах старшего брата в нашу работу. С ним систематически обговаривались задачи по организации игры и досуга с М. дома, чтобы в условиях родительской занятости был близкий, иницирующий и направляющий активность ребенка в нужном развивающем русле, происходило освоение обязанностей по дому, нарастала самостоятельность ребенка;
- развитие родительской рефлексии. Задача решалась через ориентировку их в содержании, этапах и тонкостях детского развития: «что такое» ребенок и его личность, как происходит ее становление, почему важно сменить гнев на милость и поддерживать ребенка, изменить родительскую центрацию в сторону децентрации. В том числе родителям предлагалось использовать дневник проблемных ситуаций (как дома, так и в школе) с последующим их обсуждением с психологом и поиском решений.

Результаты. Пересмотр видов и форм совместной деятельности, воспитательных приемов запустил процесс децентрации родителей: они пытаются чаще слышать ребенка, понимать его состояние, мотивацию, преодолевать привычные им во взаимодействии автоматизмы. Выполнение таких домашних заданий как просмотр и чтение сказок, их обсуждение способствовало включению в детско-родительские отношения более совершенных форм организации совместного досуга, а обсуждение морально-нравственной составляющей кино-и-литературного материала помогло ребенку лучше ориентироваться в вопросах нравственного выбора и поступках других людей.

Повысилась инициативность в оказании помощи и поддержке близкому, М. стал более чутким по отношению к ближним, стал чаще ориентироваться на их мнение и чувства. Ведение родительского дневника помогло отцу и матери выйти на более зрелый уровень рефлексии и понимания развития М. через фиксацию условий, предвещающих

проблемную ситуацию, а также анализ собственных шагов и приемов для ее решения с последующим поиском и заменой на новые, более продуктивные.

Формы родительской поддержки из давящих и догматичных стали смещаться в сторону принимающих и внимательных, поддерживающих проявления любопытства и интереса у ребенка. Во взаимоотношениях с сыном появилось совместное обсуждение проблем, общий поиск решения. Родители видят перспективу, положительную динамику изменений ребенка как дома, так и в школе.

4) Включение ребенка в диадную и групповую форму взаимодействия (включение в мини-группу; на этот момент уже несколько занятий проходит в диаде).

Задачи:

- развитие децентрации;
- расширение форм общения и совместной деятельности со сверстниками с помощью переноса уже отработанных на занятиях с психологом или же через нахождение новых средств, эталонов (делигирование и распределение задач, оказание помощи и заботы другому, умение слушать другого, понимать его замысел и быть терпеливым, контроль и регуляция действий партнера и т.д.)

Результаты. С 12 по 20 занятие было обустроено включение ребенка в группу со сверстником К. и дошкольником 6 лет И. (которому предстояло пойти в школу), в которой реализовывались идеи из проекта В. Б. Хозиева «Школа» [13, с. 538-606]. Поскольку М. уже имел опыт пребывания в школе, ему предстояло с К. помогать и раскрывать его младшему, контролировать тщательность соблюдения школьных правил, т.е. стать их носителем и защитником.

Если поначалу работа в группе в виде игрового взаимодействия действительно способствовала постановке перед ним задач обнаружения и присвоения новых средств и форм сотрудничества, оказания заботы и помощи, он стал увереннее идти на продуктивный контакт, тянуться к партнерам, начинал регулировать собственное поведение в соответствии с задачами и правилами группы, то как только на занятиях началось моделирование школьной ситуации, М. стал демонстрировать протест и деструкцию, все чаще саботировать задачи, провоцировать и отвлекать других детей, что стало причиной его временного исключения из группы и продолжения индивидуальной работы.

Как только ситуация с успеваемостью и взаимоотношениями с детьми после индивидуальных занятий стала налаживаться, заметно увеличилось количество контактов М. со сверстниками внутри и вне школы (по оценке родителей и учителей), мы ввели переписку с тайным другом (М. старательно сам формулирует замысел своего письма, делится интересами и перенимает новые от друга, с удовольствием ждет ответ), а также диадную форму взаимодействия для отработки средств сначала с индивидуальным партнером в занятиях по типу проекта «Сказка» (направленного на развитие словесного творчества) [13].

На основании уже нескольких проведенных занятий стало заметно, что М. с легкостью принимает работу в диаде, способен длительно удерживать правила и задачи взаимодействия, прислушивается и обсуждает затруднения, споры решаются с подачи психолога через обсуждение и договоренности, активно участвует в совместном распределении задач и построении общего сюжета, игрового пространства без отказов, провокаций и деструкции.

Таким образом, можно выделить следующую феноменологию развития ребенка и семьи. Многие задумки с выстраиванием средств, а на них и качественных новообразований (развитие морально-нравственной сферы, произвольности, децентрации, чуткости и внимательности к ближнему, улучшение успеваемости в школе) удались. Средства вводились в сюжетно-ролевую игру, которую ребенок принял как основную форму взаимодействия со взрослыми. Именно игра дает опосредствование общения, в ней постепенно исчезает аффектация, демонстрация и пр., появляются слова, с помощью которых можно решать задачи, ориентируя партнера и собеседника на разные обстоятельства контекста взаимодействия. Здесь в том числе повлияло участие старшего брата, который на первых порах помогал оформлять и поддерживать игровое пространство дома.

Удалось сформировать и консолидировать средства взаимодействия (хоть и не с той степенью, которая необходима, но на достаточном уровне, чтобы ребенок не нарушал законов семьи, был более внимателен к семейным традициям и т.д.). Появилось опосредствование себя и другого речью. Постепенно оформляются партнеры из числа сверстников, что становится важным развитием знаком, ведь за СД кроется ориентировка на другого (в мотивах, целях и задачах, средствах, продуктах,

взаимодействии, интеракции), появляется согласованность, заметная уже в диадной форме работы на настоящий момент.

Наблюдается развитие речевой сферы (расширение лексикона, внятность, оформилась планирующая функция речи (построение замысла игры или высказывания), инициатива в письменной речи (развернуто сообщить другому о себе, своих увлечениях, событиях и т.д.)). В учебной деятельности отмечаются улучшение общей успеваемости, появление самостоятельности в выполнении домашних заданий (носящей, однако, пока нестойкий характер и зависящей от внутрисемейной обстановки), классные работы стабильно выполняются без отказов, наблюдается большая сосредоточенность ребенка на уроках. Родители видят улучшения во взаимодействии дома, а именно нарастание инициативности и «взрослости» ребенка, возможности прийти к мирному договору, поиску компромисса при наличии противоречий, отмечают повышение познавательного интереса по отношению к вещам, не входящим в привычные сферы интересов ребенка.

Несмотря на в целом хорошую динамику родительской рефлексии и частичное преобразование внутрисемейной системы отношений, текущие изменения нельзя назвать стойкими в связи с периодическими откатами родителей на предшествующие позиции, использованием привычных для них средств общения с сыном, особенно в ситуации острых обстоятельств, высокой рабочей нагрузки, истощения силы новых осваиваемых воспитательных приемов. Кроме того, при кажущейся и временной нормализации обстановки дома и в школе у них появляется повод ослабить внимание и собственный контроль за развитием ребенка (задерживают выполнение и отчет по домашним заданиям, берутся за них только после нескольких напоминаний со стороны психологов).

Тем не менее, как только ситуация дома или в школе становится острой, они снова интенсивно включаются в работу. Эта непоследовательность все еще выступает основной мишенью в работе с родителями, порой вступая в противоречие с реализуемыми нами шагами, задачами. Так, при нарастании напряжения дома, повторному снижению успеваемости в школе и нарастающей деструкции на групповых занятиях, родители сначала ругают ребенка, а через несколько дней покупают путевку для всей семьи в долгожданную ребенком поездку, чтобы его порадовать и «подкрепить» школьную мотивацию (из-за чего М. пропускает череду групповых занятий и выпадает из намеченного нами развитийного плана).

Другой пример: при сохраняющихся непродолжительное время успехах ребенка в школе и хорошем поведении дома для него приобретает поощрение (то игровая приставка, то машина на пульте управления), от чего мы так усиленно отстраивались в индивидуальных занятиях, делая упор на содержательную СД и игру, развитие познавательного интереса. Невозможность родителей «попасть» в актуальные задачи ребенка ведет к закономерному откату (временно снижается учебная мотивация, тормозится возникновение новых познавательных мотивов), появляются ссоры и напряженность отношений дома. Потому все еще остается проблематичным выбор стратегии и тактики психологической работы по изменению родительской позиции.

Выводы

Общий путь сопровождения развития младшего школьника с фактом усыновления в анамнезе должен быть системным, включать работу по нескольким направлениям (с учетом целостного контекста развития): индивидуальная работа с ребенком, семьей, развитие средств и форм общения со сверстниками.

Аффективные проблемы в поведении младшего школьника касаются системы ценностных и смысловых ориентиров (их искаженности, дефицитарности). За этим нередко скрывается низкий уровень развития сюжетно-ролевой игры и СД внутри семьи, а значит невозможность ребенком понимать контекст взаимодействия, смысл поставленной перед ним задачи, мотивы другого человека, регулировать себя, свое поведение в соответствии с культурно заданной системой ориентиров.

В качестве метода исследования и работы нам представляется продуктивным консультативный метод, который включает в себя разнообразие форм клинико-психологического сопровождения клиентов и помогает системно охватывать контекст жизни ребенка, менять его через доориентировку или переориентировку ребенка в существенных для его жизни задачах [14].

Современный институт родительства и поколение детей часто оказываются вне СД, она не насыщена и не сложна, поэтому дети имеют более простые интересы и жизненные задачи. Они не слышат другого, остаются эгоцентричными, не умеют быть любопытными. Это глобальный вызов, который открывается перед нами, решение которого возможно только через психологов, сопровождающих развитие ребенка и семьи.

Библиографический список:

1. Винникотт Д. Маленькие дети и их матери; пер. с англ. Н. М. Падалко. М.: Независимая фирма «Класс», 1998. 80 с.
2. Гальперин П. Я. Экспериментальное формирование внимания / П. Я. Гальперин, С. Л. Кабильницкая. М: Издательство Московского университета, 1974. 102 с.
3. Лангеймер Й. Психическая депривация в детском возрасте / Й. Лангеймер, З. Матейчек. Прага: Авиценум, 1984. 334 с.
4. Лебединский В. В. Нарушения психического развития в детском возрасте: Учеб. пособие для студ. психол. фак. высш. учеб, заведений. М.: Издательский центр «Академия», 2003. 144 с.
5. Лисина М. И. Психическое развитие воспитанников детского дома / М. И. Лисина, И. В. Дубровина, А. Г. Рузская // НИИ общей и педагогической психологии АПН СССР. Москва: Педагогика, 1990. 264 с.
6. Мухина В. С. Лишенные родительского попечительства: Хрестоматия: Учеб. пособие для студентов пед. ун-тов и ин-тов. М.: Просвещение, 1991. 223 с.
7. Ослон В. Н. К концепции психологического сопровождения замещающей семьи // Психологическая наука и образование. 2009. Т. 14, № 3. С. 44-53.
8. Прихожан А. М. Дети без семьи: (Детский дом: заботы и тревоги общества) / А. М. Прихожан, Н. Н. Толстых. М.: Педагогика, 1990. 160 с.
9. Прихожан А. М. Психология сиротства. 2-е изд. / А. М. Прихожан, Н. Н. Толстых. СПб.: Питер, 2005. 400 с.
10. Славина Л. С. Дети с аффективным поведением. М.: Просвещение, 1966. 148 с.
11. Спиваковская А. С. Психологическая помощь семьям, взявшим на воспитание детей из государственных учреждений // Лишенные родительского попечительства: Хрестоматия. М., 1991. С. 127-132.
12. Хозиев В. Б. Практикум по общей психологии: Учеб. Пособие для студ. высш. учеб. заведений. М.: Издательский центр «Академия», 2003. 272 с.
13. Хозиев В. Б. Практикум по психологии развития, педагогической психологии и психологии аномального развития: учебное пособие. М.: Издательство Московского психолого-социального университета, 2020. 768 с.

14. Хозиев В. Б. К вопросу о месте консультативного метода исследования в грядущей парадигме психологии // *Методология и история психологии*. 2007. Т. 2, № 1. С. 190-206.
15. Шипицына Л. М. Психология детей-сирот: Учебное пособие. СПб.: Издательство Санкт-Петербургского университета, 2005. 628 с.
16. Щелованов Н. М. Воспитание детей раннего возраста в детских учреждениях / Н. М. Щелованов, Н. М. Аксарина. М.: Педагогика. 1955. 331 с.
17. Эльконин Д. Б. Избранные психологические труды. М.: Педагогика, 1989. 560 с.
18. Выступление А. В. Вовченко на 95-й сессии Комитета по правам ребенка [Электронный ресурс] // Постоянное представительство Российской Федерации при Отделении ООН и других международных организаций в Женеве. Режим доступа: https://geneva.mid.ru/glavnaa/-/asset_publisher/4QbYFW4eSXTx/content/vystuplenie-a-v-vovchenko-na-95-j-sessii-komiteta-po-pravam-rebenka (дата обращения: 29.04.2024).
19. Россияне стали реже усыновлять детей и чаще возвращать их в детдома. Как выглядит портрет социального сиротства в России – в исследовании «Если быть точным» [Электронный ресурс] // Если быть точным. Режим доступа: <https://tochno.st/materials/rossiyane-stali-rezhe-usynovlyat-detey-i-chashche-vozvrashchat-ikh-v-detdoma-kak-vyglyadit-portret-sotsialnogo-sirotstva-v-rossii-v-issledovanii-esli-byt-tochnym> (дата обращения: 29.04.2024).
20. Maternal care and mental health: a report prepared on behalf of the World Health Organization as a contribution to the United Nations programme for the welfare of homeless children, 2nd ed. [Electronic resource] // World Health Organization. Available at: <https://iris.who.int/handle/10665/40724> (accessed date: 23.04.2024).
21. Mulheir G. De-institutionalising and transforming children's services: a guide to good practice / G. Mulheir, K. Browne. Birmingham: University of Birmingham Press, 2007. 149 p.

Dolzhenko A.N., Zaharova D.A. Clinical and psychological support of primary school age's child having problem behavior in the conditions of foster family

The article presents the results of a one-year clinical and psychological support for a child from a foster family. The authors describe the main lines, stages, tasks of psychological work, their content, as well as the basic phenomenology of child and family development, show the important role of the consultative method in overcoming problematic behavior at school.

Keywords: development, rollback, mediation, cultural-historical psychology, consultative method, orphanhood, foster family, adopted family, mental retardation.

УДК 316

С.И. Карпухина, С.А. Красновский

Нативная реклама в интернет-пространстве: риски и угрозы

Аннотация:

В статье рассмотрена реклама как феномен «общества потребления», а также выработанные ею методы и техники онлайн-манипуляций в Интернет-пространстве. Представлен спектр способов размещения рекламы в виртуальной среде и анализ причин возникновения нового вида рекламы – нативной. Выделены характерные признаки формата нативной рекламы. Определены стратегия и главный инструмент нативной манипуляции. Проблематизируется необходимость продолжения работы в области исследования нативной рекламы и способов противодействия ей.

Ключевые слова: потребительское поведение, манипуляции, интернет-пространство, манипуляции в рекламе, интернет-реклама, нативная реклама.

Об авторах: Карпухина Светлана Игоревна, Государственный университет «Дубна», студент кафедры социологии и гуманитарных наук; эл. почта: ksi.20@uni-dubna.ru

Красновский Станислав Алексеевич, Государственный университет «Дубна», студент кафедры социологии и гуманитарных наук; эл. почта: krsa.20@uni-dubna.ru

Научный руководитель: Король Марина Петровна, Государственный университет «Дубна», кандидат философских наук, доцент кафедры социологии и гуманитарных наук; эл. почта: marina.korol4@gmail.com

Радикальные технологические и коммуникационные инновации изменяют образ социальной реальности, которая становится источником для научной рефлексии, воплощаясь в стремлении ученых дать наиболее точное определение современному обществу: «общество спектакля» (Г. Дебор), «ускользающий мир» (Э. Гидденс), «текучая

современность» (З. Бауман), «макдональдизация общества» (Дж. Ритцер), «общество потребления» (Ж. Бодрийяр) и т.д. [2].

Неотъемлемой частью жизни «общества потребления» выступает реклама. Она представляет собой не только отдельный пласт социокультурной реальности, но и феномен, пронизывающий многие жанры искусства: кино, живопись, архитектуру, музыку и пр., оказывая постоянное влияние на жизнь современного человека, становясь неразрывной частью повседневности. Реклама формирует предпочтения в выборе товаров и ценности, которыми руководствуются покупатели, а также определяет потребительское поведение. Она создает иллюзорную реальность, существующую параллельно с настоящей, в которой действуют свои законы. Подобная масштабность воздействия становится возможной с повсеместным распространением Интернета, проникающего во все сферы жизни современного общества. Во многом рекламная продукция имеет латентные смыслы – манипуляции со стороны рекламодателей с целью мягкого принуждения потребителей к покупке товаров.

У большинства людей понятие «манипуляция» имеет негативную коннотацию, в самом широком смысле означая контроль или управление. При этом контроль может быть не только над отдельными личностями или группами людей, но и над целыми организациями и государствами, преследуя самые разные цели. Если обратиться к концептуализации понятия «манипуляция», то социологи, политологи, экономисты и видные исследователи из других областей науки не могут выработать универсальной трактовки этого понятия. Так, профессор философии Центрального Мичиганского университета Р. Ноггл выделяет три основных подхода к определению манипуляции [13].

Согласно первому подходу, манипуляция понимается как иррациональное воздействие на индивида. Манипулятор старается вызвать сильные эмоции, чтобы решения принимались под влиянием сильной злости, чувства вины, жажды обладания и пр. Второй подход трактует манипуляцию как ступеньку в иерархии давления на человека, после которой идет уже прямое принуждение. В рамках третьего подхода манипуляция определяется как обман, когда манипулятор с помощью недомолвок либо прямого обмана заставляет объект воздействия поступать нужным ему образом.

Советский и российский социолог и политолог, главный научный сотрудник Института социально-политических исследований РАН С. Г. Кара-Мурза выделяет три основополагающих признака манипулирования:

1. вид психологического или духовного влияния;
2. скрытое влияние, которое должно оставаться незаметным для объекта манипулирования;
3. высокое мастерство и глубокие знания субъекта манипулирования [9].

Доктор психологических наук Е. Л. Доценко дополняет выделенные Кара-Мурзой признаки манипуляции: отношения субъекта к объекту манипуляции определяются как к средству достижения собственных целей; манипулятор стремится получить одностороннюю выгоду; манипулятор оказывает психологическое давление и мотивирует объект манипуляции к необходимым действиям [6].

Анализ приведенных концептуальных подходов позволяет рассматривать манипуляцию как вид психологического воздействия, представляющий собой скрытое влияние на объект манипуляции с целью получения односторонней выгоды субъектом манипуляции. Отметим, что скрытое влияние – это воздействие на индивида или группу индивидов, не осознаваемое ими.

Почему же мы, люди, поддаемся воздействию извне? Казалось бы, в современном мире основной ценностью выступает независимость и возможность свободного выбора, индивидуализация и рационализация, о чем говорил еще М. Вебер в начале XX в. Однако именно распространение подобного рода ценностей и стало основой, вокруг которой сложились современные манипулятивные технологии, действующие в обход рациональности, заставляющие людей считать себя личностями с индивидуальным мнением. Не имеет значения, в выборе чего должна быть свобода – президента или продуктов питания – человек в любом случае будет стремиться к ней. Цель манипуляции – сделать так, чтобы эти стремления совпадали с интересами манипулятора. Условием ее успешной реализации становится преобладающее большинство граждан, которые представляют из себя пассивные объекты информационного воздействия [4].

Одним из наиболее распространенных методов манипуляции выступает реклама, имеющая разнообразные каналы коммуникации: афиши, баннеры, СМИ, форматы различных видов искусства. Каждый член современного социума постоянно подвергается манипулятивному воздействию на сознание. Для подобного воздействия реклама использует стереотипы, шаблоны общечеловеческого восприятия: определенную музыку, фон, цвет, ритм, слова – все с точностью выверено и рассчитано.

Многие продукты массовой культуры, например, развлекательные передачи, газеты и журналы, фильмы, создаются, истончая границу, разделяющую искусство и рекламу. Она не выходит на первый план, но незаметно пронизывает все содержимое. В фильмах то и дело в кадре встречаются логотипы изделий известных брендов, в газетах и журналах через страницу можно видеть предложения о покупке какого-либо товара. Статьи о факторах, подавляющих иммунитет, подводят читателя к выводу о покупке витаминов, укрепляющих иммунную систему.

Наиболее эффективным каналом трансляции рекламы и, следовательно, манипуляции, оказывается Интернет, поскольку он уже давно стал неотъемлемым атрибутом повседневной жизни современного человека. Так, самый обычный день начинается с общения в социальных сетях с друзьями и коллегами, просмотра постов, ознакомления с новостями. Таковы тенденции в современном мире – человеку необходимо потреблять новую информацию, при этом зачастую не имеет значения, какого рода, ведь главное, чтобы она была как можно свежее.

Современная наука находит объяснение этому явлению в физиологических особенностях работы мозга. В нем есть структура, отвечающая за восприятие новой информации – поясная извилина [5]. Когда человек воспринимает новое, мозг выделяет вещества, отвечающие за удовольствие. Чем чаще дается работа поясной извилине, тем меньше она выделяет гормонов, поскольку ощущения от единичного «поглощения» информации притупляются и становятся слабее. Соответственно, чтобы поддерживать уровень счастья, нам нужно потреблять все больше и больше нового [7]. Интернет, таким образом, выступает самым эффективным способом такого потребления.

Подобные особенности работы головного мозга прямо и косвенно отразились на внедрении механизмов манипулятивного воздействия рекламы в Интернете, к тому же в виртуальном пространстве цензура намного слабее, чем в реальности – этим и пользуются манипуляторы [1].

Интернет-реклама играет ведущую роль в системе современного маркетинга. Обращаясь к статистике 2021 г., можно увидеть, что рынок интернет-рекламы в России занимает первое место с совокупным капиталом 303 млрд руб., в то время как на втором месте идет ТВ-реклама с совокупным бюджетом в 192 млрд руб. [8]. Стоит понимать, что со временем разница в объеме рынков будет только увеличиваться. Это не означает, что реклама в сети вытеснит все остальные виды, – они продолжают существовать параллельно,

занимая разные сегменты рынка. Однако все больше рекламодателей переходят на онлайн-формат, за счет ряда преимуществ, а именно: меньших затрат относительно других площадок размещения; возможности охватить огромную аудиторию; прицельного таргетинга на необходимую целевую группу; охвату разных видов СМИ; способности создавать любой вид рекламной продукции; распространению рекламы в социальных сетях и т.д.

В Интернете, несмотря на отличие от других площадок размещения рекламы, используются те же технологии и методы, приспособленные под новые, виртуальные условия. Рассмотрим наиболее распространенные техники онлайн-манипуляций [5].

- **Принцип социального доказательства.** Основан на биологически обусловленном стремлении человека к конформности – стремлении быть «как все». Стремление выделиться из общей массы ограничивается рамками господствующей моды, т.е. в пределах того, что одобрено большинством.

- **Использование стереотипов.** Прибегая к стереотипизации, маркетологи упрощают информацию в соответствии с представлениями целевой аудитории. Построенные подобным образом рекламные продукты лучше запоминаются и надолго остаются в памяти. Вместе с тем потребитель, как правило, не проверяет полученную информацию. Ярким примером выступает типичная реклама энергетических напитков, в которой показаны люди, ведущие активный образ жизни, благодаря чему энергетический напиток ассоциативно связывается со здоровым и активным образом жизни.

- **Спираль молчания.** Описанный Э. Ноэль-Нойман феномен основывается на особенности человеческого поведения, когда индивид не спешит высказывать свою точку зрения, если считает, что находится в меньшинстве (в действительности это может быть и не так), боясь быть непонятым.

- **Полуправда.** Аудитории показываются и рекламируются только те характеристики продукта, которые могут их привлечь. Детали, пусть и важные, но снижающие интерес к товару, специально умалчиваются.

- **Отвлечение внимания.** Акцентирование внимания аудитории на незначительных, не касающихся ее событий, чтобы отвлечь от актуальных проблем.

- **Принцип контраста.** Сначала аудитории демонстрируется информация негативного характера, после чего на контрасте подается более позитивная – она теряется в тени первой и не выглядит столь отрицательно.

- **Повторение.** Информация многократно повторяется в максимально примитивном виде, воздействуя таким образом на не критичное сознание массового потребителя.

- **Метод Штирлица.** Связан с особенностями восприятия человеком информации, когда лучше всего запоминаются начало и конец сообщения. Манипулятор дает нужную информацию в первой и заключительной части материала, а менее важную – в середине.

На восприятие информации пользователем влияют и особенности самой интернет-среды. Происходит удивительный синтез одновременной поляризации и единства мнений – эти особенности важно учитывать маркетологам.

Разобрав специфику интернет-среды, выделим особенности размещения рекламы [10].

1. **Контекстная реклама.** Один из самых популярных и простых способов размещения. Ее суть интуитивно понятна из названия – коммерческое сообщение, связанное с материалом, который пользователь просматривает или ищет. Методу не откажешь в эффективности, ведь подобную рекламу сложно проигнорировать, ее нельзя скрыть, не используя при этом специальные сервисы, созданные для блокировки рекламы.

2. **Яндекс.Директ** – инструмент, позволяющий размещать рекламные объявления на сервисах Яндекса. Услуга платная, однако ее преимущество заключается в том, что заказчик платит не за показ своего объявления, а за «клик» пользователя по нему. Кроме того, такую рекламу видят не все подряд, а только потенциальные потребители, отобранные с помощью ввода в сервис целевой аудитории. Эти особенности делают инструмент особенно эффективным.

3. **Google Adwords** – аналог предыдущего инструмента, созданный для поисковой системы Google¹. Имеет те же преимущества, позволяя самому определять бюджет рекламы и особенности ее показа. Сегодня ресурс в России не используется, поскольку в сервисах Google реклама на территории РФ заблокирована.

4. **Баннерная реклама** – способ размещения рекламы, представляющий собой изображения или анимацию, расположенную в хорошо заметных местах сайтов, по нажатию на которые потребитель переходит на сайт рекламодателя. Особенно эффективна

¹ РКН: иностранный владелец ресурса нарушает закон РФ.

для имиджевой рекламы, т.к. даже если пользователь не перешел на сайт, в его памяти остаются логотип, название, запоминающаяся картинка, – тем более, когда он видит ее не первый раз. Баннерная реклама совмещается с таргетинговой, чтобы объявление показывалось тем, кто в них наиболее заинтересован. При должном исполнении и использовании нестандартных форматов такая реклама привлекательна, динамична и увеличивает число переходов на сайт рекламодателя.

5. **Push-уведомления.** Преимущественно используются в мобильных телефонах и представляют собой короткие уведомления, которые пользователь видит сверху или в углу экрана, при выключенных приложениях или браузере. Такая реклама содержит небольшое изображение, текст и ссылку на ресурс рекламодателя.

6. **Реклама в мобильных приложениях.** Актуальное и активно развивающееся направление, поскольку число пользователей смартфонов постоянно возрастает. Имеет настройки аудитории – в зависимости от специфики рекламируемого продукта, реклама осуществляется в разных приложениях. Сегодня разработаны и инструменты отслеживания ее эффективности.

7. **Реклама на видео-хостингах** – представляет собой рекламу в виде роликов на специальных Интернет-ресурсах. В отличие телевизионной, такая реклама работает целенаправленно.

8. **Всплывающие окна (Pop-up)** – форма агрессивной рекламы, использующая окна с визуальным и текстовым сообщением, всплывающие на самых разных сайтах и мешающие просмотру самого ресурса. Для избавления от всплывающих окон пользователю необходимо совершить целевое действие (зарегистрироваться на сайте) или самостоятельно закрыть рекламное объявление.

9. **E-mail рассылки.** Неоднозначный способ доставки рекламных сообщений. С одной стороны, он может помочь наладить долгосрочные отношения с потенциальным покупателем, присылая ему полезную и актуальную информацию, отвечая на его вопросы. С помощью рассылки можно мягко подтолкнуть человека к покупке нужного товара. С другой стороны, подобные рассылки осуществляются специальными алгоритмами чуть ли не ежедневно, причем информация очень редко бывает хотя бы немного полезной. В результате большинство людей игнорируют подобные сообщения, в связи с чем эффективность подобной рекламы сегодня остается под вопросом.

10. **Реклама в социальных сетях** – один из наиболее популярных способов рекламы, что обусловлено популярностью самих социальных сетей среди пользователей. Рекламу можно разместить абсолютно бесплатно, просто заведя страничку. Внутри социальных сетей можно увидеть любые другие формы рекламы: баннерную, контекстную, нативную. Вместе с тем реклама в социальных сетях положительно отличается точностью таргетирования.

Большинство потребителей не просто знакомы с перечисленными видами рекламы – они «приедаются» настолько, что пользователь перестает обращать внимание на рекламный контент, не замечая его на сайте. Такой феномен получил название «баннерная слепота» и представляет собой способ противодействия рекламе, выработанный у потребителей контента [12]. Это обуславливает необходимость развития рекламы. Теперь реклама должна быть ненавязчивой и естественной – такой рекламой и стала «нативная реклама». Она выступает эксклюзивным материалом, созданным для определенного источника. Автор создает публикации, которые помогают читателям узнать необходимую информацию по самым разным направлениям (в зависимости от продаваемого продукта) или просто отвлекают от насущных проблем. В совокупности с тем, что подобный материал представляет собой, на первый взгляд, не рекламное объявление, такой рекламный подход вызывает намного больше доверия и интереса, нежели классические рекламные продукты [3].

Феномен нативной рекламы развивается и исследуется. Стратегия нативной манипуляции заключается в создании доверия у аудитории и опоре на эмоциональную внушаемость людей. Для других форм рекламы эта черта необязательна. Нативная реклама должна продать не только товар, но и историю, которую развили вокруг товара. Использование различных психологических техник позволяет нативной рекламе дать возможность сообщать сведения, которые будут важны при приобретении товаров. Если потребитель будет уверен, что покупает нечто большее, чем просто вещь, то вероятность повторной покупки существенно возрастает [11].

Главный инструмент нативной манипуляции – это последовательное и логичное повествование. Все должно быть максимально продумано, чтобы не вызывать лишние подозрения. Каждый последующий шаг в повествовании внутри рекламного продукта должен плавно вытекать из предыдущего и подводить к единственно правильному выводу – покупке товара. Поскольку покупатели всегда хотят быть верными себе, то предыдущие

шаги помогут им согласиться с предложением. Если продавец понимает, что товар дорогой, то сделает акцент на желании потребителя принадлежать к более высокой социальной группе.

При использовании этого приема важно учитывать специфику целевой аудитории, ведь потребители в разной степени подвержены влиянию, а некоторых случаях подобное может вовсе отпугнуть. Важным пунктом становится эксклюзивность и уникальность товара. Нативная реклама подчеркивает неповторимость и ограниченность товара, не давая аудитории возможность рационально и осмысленно принимать решение. «Угроза» не получить желаемое и уникальное заставляет пользователя «успеть» принять предложение до конца распродажи, не обдумывая его [11].

Нативная реклама привлекает к себе потребителей сквозь призму пользовательских интересов и рассматривается как одна из логично добавленных статей на информационной площадке. Если рекламируется автомобиль – нативная реклама будет в виде статьи на авто-тематику, размещенной на соответствующей интернет-площадке. Такая реклама может быть вирусной, поскольку пользователи ресурса захотят поделиться полезным материалом с другими. По этой причине она не требует существенных затрат и распространяется довольно быстро за счет самих потребителей. Если сообщение нативной рекламы вызывает интерес, то читатель не станет задумываться о воздействии самой рекламы. Наконец, нативная реклама гарантирует большой охват целевой аудитории, поскольку ее фактически нельзя заблокировать.

Во время знакомства с нативной рекламой наибольшую важность имеет первое впечатление от рекламного текста. Однако в связи с феноменом «баннерной слепоты», который усложняет работу маркетологам, нативная реклама использует и другие форматы подачи информации, которые позволяют не только привлечь внимание потенциального покупателя, но и удержать его. После знакомства пользователь обращает внимание на бренд продукта и его преимущества. Важными составляющими текста выступают визуальные и стилистические элементы, такие как логотип, цитаты, необычные отступления. При этом важно соблюдать ненавязчивость, которая не будет отталкивать потенциальную аудиторию – в этом и заключается смысл нативной рекламы, – быть естественной, незаметной, органичной.

К типичным чертам нативной рекламы относят:

- журналистский материал, создающийся для специальной площадки и проникающий в различные контексты;
- присутствие медиаповода, необычного или эксклюзивного материала;
- рекламный контент стремится не только укрепить позиции бренда и увеличить продажи товара, но и формировать общественное мнение о нем, а также информировать пользователей;
- рекламный контент помещается среди новостных статей, но отмечается, что он произведен «на правах рекламы»;
- в процессе создания рекламного контента принимают участие рекламоделец и копирайтер, посты создаются специально для выбранной площадки.

Необходимо сделать акцент на проблеме, которая формируется вместе с развитием нативной рекламы, а именно – отсутствие методов противодействия ей. Сегодня известны как психологические («баннерная слепота»), так и технические (приложения-блокировщики) методы противодействия стандартному рекламному контенту, однако ни один из них не будет действенен против нативного формата рекламы. В связи с этим необходимо продолжать работу в области исследования нативной рекламы и способов противодействия ей.

Библиографический список:

1. Андреева А. О. Манипулирование в сети Интернет // Информационная безопасность и вопросы профилактики киберэкстремизма среди молодежи: Материалы внутривузовской конференции, Магнитогорск, 09-12 октября 2015 года / Под редакцией Г.Н. Чусавитиной, Е.В. Черновой, О.Л. Колобовой. Магнитогорск: Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова, 2015. С. 21-31.
2. Багдасарьян Н. Г. «Цифровое общество»: концептуальные подходы, проблемы и перспективы / Н. Г. Багдасарьян, А. Л. Кравченко // Знание. Понимание. Умение. 2023. № 2. С. 47-59.
3. Булатова Э. В. Нативная реклама: к вопросу о границах термина // Медиа как фактор адаптации человека к социальным, экономическим и политическим изменениям: сборник материалов Международной научно-практической конференции, Екатеринбург, 20-22 апреля 2023 года / составитель О. Ф. Автохутдинова. Екатеринбург: Уральский

федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина, 2023. С. 214-220.

4. Бунина А. Д. Феномен понятия манипуляции сознанием человека в аспекте массовой коммуникации // Вестник науки. 2023. № 6(63). С. 689-692.

5. Гарифов Р. И. Механизмы манипуляции в киберпространстве современного мира // Национальная безопасность и молодежная политика: киберсоциализация и трансформация ценностей в VUCA-мире: материалы Международной научно-практической конференции, Челябинск, 21-22 апреля 2021 года. Челябинск: Издательство Южно-Уральского государственного гуманитарно-педагогического университета, 2021. С. 17-21.

6. Доценко Е. Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита. М.: Издательство МГУ, 1997. 344 с.

7. Дубин Б. В. Слухи как социально-психологический феномен / Б. В. Дубин, А. В. Толстых // Вопросы психологии. 2018. № 3. С. 77-81.

8. Интернет реклама (рынок России) [Электронный ресурс] // TADVISER. Режим доступа: [https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Интернет-реклама_\(рынок_России\)](https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Интернет-реклама_(рынок_России)) (дата обращения: 25.01.2024).

9. Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием. М.: «Родина», 2023. 432 с.

10. Ковалева И. В. Развитие интернет-маркетинга в продвижении товаров на рынке: теоретический аспект / И. В. Ковалева, Е. Чубатюк // Экономика и бизнес: теория и практика. 2019. № 7. С. 63-68.

11. Свириденко М. Е. Манипулятивные техники в нативной Интернет-рекламе // Ломоносов-2021: Материалы XXVIII Международной научной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых, Севастополь, 21-23 апреля 2021 года. Севастополь: Филиал МГУ в г. Севастополе, 2021. С. 132-133.

12. Шаронин П. Н. Нативная реклама как метод борьбы с баннерной слепотой / П.Н. Шаронин, Д.И. Минзулина // Медиаэкономика 21 века. 2018. № 4. С. 48-53.

13. Noggle R. The Ethics of Manipulation [Electronic resource] // Stanford Encyclopedia of Philosophy. 2022. Available at: <https://plato.stanford.edu/entries/ethics-manipulation/> (accessed date: 25.01.2024).

Karpukhina S.I., Krasnovsky S.A. **Native advertising in the Internet space: risks and threats**

The article examines advertising as a phenomenon of the «consumer society», as well as the methods and techniques of online manipulation developed by it in the Internet space. The authors describe a range of ways to place ads in a virtual environment and analyze the causes of a new type of advertising – native. The article highlights the characteristic features of the native advertising format, defines the strategy and the main tool of native manipulation. The authors problematize the need to continue working in the field of research on native advertising and ways to counter it.

Keywords: Consumer behavior, manipulation, online advertising, manipulations in advertising, native advertising, the Internet space.

УДК 659.1

Д.В. Коробова

Digital-маркетинг как новая форма маркетинга и рекламы

Аннотация:

В статье рассмотрена специфика digital-маркетинга, включая его основные инструменты для привлечения клиентов, влияние на потребителей, а также преимущества и недостатки этой формы маркетинга. Особое внимание автор уделяет тому, каким образом digital-маркетинг помогает компаниям результативно взаимодействовать с аудиторией через различные цифровые инструменты, какие преимущества и риски связаны с использованием такого подхода.

Ключевые слова: Digital-маркетинг, цифровой маркетинг, онлайн реклама, интернет-продвижение, социальные сети, контент-маркетинг, Интернет.

Об авторах: Коробова Дарья Владиславовна, МГТУ им. Н. Э. Баумана; студент кафедры социологии и культурологии; эл. почта: darakorobova324@gmail.com

Научный руководитель: Чернышева Анна Владимировна, МГТУ им. Н. Э. Баумана, кандидат философских наук, доцент кафедры социологии и культурологии; эл. почта: chernysheva@bmstu.ru

Цифровой маркетинг (или Digital-маркетинг) – это направление в маркетинге, которое подразумевает продвижение услуг и товаров с помощью цифровых технологий, применяемых на всех этапах взаимодействия с потребителями. Цифровой маркетинг способен активно взаимодействовать с целевой аудиторией через различные онлайн каналы и форматы, обеспечивая точечное и персонализированное взаимодействие для достижения результатов. Эта форма маркетинга активно развивается и приобретает все большее значение для компаний и брендов. Digital-маркетинг позволяет таргетировать аудиторию с высокой точностью, анализировать поведение потребителей, адаптировать рекламные сообщения под их потребности и предпочтения.

Люди не воспринимают предложения, которые не соответствуют их запросам и предпочтениям. При этом реклама показывается клиенту именно в тот момент, когда он ищет оптимальное для себя решение и имеет повышенный интерес к конкретным категориям товаров или услуг. Если компания правильно выберет момент для рекламной коммуникации, то вероятность совершения покупки возрастет. Для успешного проведения такой рекламной кампании важно точно изучить потребности целевой аудитории и понять, какие факторы влияют на ее выбор. Кроме того, необходимо создавать персонализированные сообщения, поскольку безличная реклама менее эффективна. Следовательно, компаниям необходимо искать новые способы сбора информации о своих клиентах.

Если маркетинг в широком смысле – это изучение потребностей клиентов, создание рекламы с привлекательным для покупателей сообщением и получение целевого действия для увеличения прибыли компании, то цифровой маркетинг основан на использовании интернет-технологий, аналитике данных и онлайн-каналах коммуникации, в то время как обычный маркетинг ориентирован на традиционные методы продвижения, такие как телевизионная реклама, пресс-релизы и прямые продажи [10].

Не вызывает сомнения тот факт, что цифровой маркетинг развивается более быстрыми темпами, нежели маркетинг традиционный. В результате цифровизации сферы коммуникаций продвижение продуктов и услуг через онлайн-каналы превосходит другие методы как по затратам, так и по количеству контактов с потребителями. Большинство новых предложений на рынке теперь представлено исключительно в онлайн формате.

Важно отметить, что для продвижения продуктов и услуг цифровой маркетинг использует более детальную и интенсивную информацию, чем традиционный маркетинг. Эта особенность формирует специфику инструментов цифрового маркетинга, ориентированных прежде всего на управление поиском и получением информации потребителями через цифровые коммуникации [8].

Digital-маркетинг отличается от традиционного маркетинга не только площадками, на которых маркетологи продвигают товары, но и способами их продвижения. Традиционные площадки маркетинга включают в себя телевизионную, радио- и печатную рекламу, выставки, презентации и другие мероприятия, привлекающие внимание потенциальных клиентов в офлайн среде. Однако цифровые площадки маркетинга включают веб-сайты, социальные сети, e-mail рассылки, рекламные кампании в интернете,

мобильные приложения. Основное отличие между ними заключается в том, что цифровые площадки позволяют охватить более широкую аудиторию, быть более целенаправленными в рекламной кампании, а также легче измерять эффективность маркетинговых действий [1].

С развитием цифровых технологий digital-маркетинг оказывается все более популярным способом продвижения товаров и услуг, поскольку становится менее затратным, чем офлайн-маркетинг. Для повышения результативности цифрового маркетинга используется следующий ряд инструментов:

- **продвижение в поисковых системах.** Цель такого продвижения – генерация трафика на сайт. Поисковики анализируют, какие сайты наиболее релевантны запросу. На положение сайта можно влиять двумя способами: через поисковую рекламу и SEO-оптимизацию;

- **поисковая реклама** – один из видов контекстной рекламы, когда при настройке ключевых слов и аудитории поисковик ставит сайт на самое выгодное место;

- **SEO-оптимизация** – представляет собой комплекс мероприятий по внутренней и внешней оптимизации для поднятия позиций сайта по результатам выдачи поисковых систем по определенным запросам пользователей. Такой инструмент помогает сайту подстроиться под алгоритмы поисковых систем и подняться выше в результатах поиска естественным путем;

- **контент-маркетинг** – создание актуального для клиентов контента и его распространение, включающее работу с текстом и медиа-форматами (видео, подкастами, фотографиями);

- **Email-рассылки**, позволяющие работать с разными сегментами аудитории. Можно выстраивать контент в зависимости от предпочтений клиентов или исходя из того, на какой стадии воронки продаж они находятся;

- **таргетированная реклама** – реклама в социальных сетях, за которую автор напрямую платит площадке;

- **нативная реклама** – объявления, которые подстраиваются под внешний вид и тональность площадки, где их публикуют [3].

Важной задачей digital-маркетинга становится влияние на поведение потребителей и их восприятие бренда. Благодаря возможности точного таргетирования и персонализации

рекламных сообщений маркетологи могут создавать более релевантные и привлекательные кампании, подстегивающие интерес к продукту или услуге. Они анализируют поведение потребителей, их интересы, предпочтения и местоположение, чтобы точно определить целевую аудиторию. Так, компании могут обращаться к потребителям с более релевантными предложениями, учитывая их индивидуальные потребности и предпочтения, что повышает вероятность успешного взаимодействия и конверсии. Кроме того, использование различных форматов контента (видео, аудио, текста) позволяет создавать эмоциональные связи с аудиторией и укреплять узнаваемость бренда [7].

Ярким примером выстраивания правильного позиционирования и восприятия бренда выступает компания Coca-Cola, которая успешно использует digital-маркетинг для продвижения своего бренда, запустив кампанию «Share a Coke», где на бутылках напитков печатают имена потребителей. Пользователи находят на полках магазинов персонализированные напитки и делятся фотографиями в социальных сетях, что приводит к огромному количеству активных публикаций и разговоров о бренде в интернете.

Еще одним успешным примером является компания Aviasales. С помощью контента Aviasales стимулирует потребление продаваемого продукта. Например, когда при росте курса доллара растут и цены на авиабилеты, компания призывает своих подписчиков в социальных сетях приобрести билеты по старым ценам. Это увеличивает продажи по зарубежным направлениям на 45%. Директор по коммуникациям Aviasales, Я. Дзенис отмечает: «Сейчас бренду недостаточно быть просто хорошо упакованным – важно, чтобы между пользователями и компанией была эмпатия. Такому бренду больше доверяют» [2]. Именно эмпатия между пользователями и брендом выстраивается путем развития бренда через digital-маркетинг.

Приведенные кейсы подчеркивают фокус маркетинга на потребителе и в то же время подразумевают необходимость связи с другими бизнес-операциями для достижения прибыльности. Для достижения этой цели Digital-маркетинг используется следующим образом:

- **идентификация** посредством маркетинговых исследований потребительского поведения;
- **прогнозирование** с помощью дополнительного канала в сети Интернет, по которому клиенты получают доступ к информации и совершают покупки;

- **удовлетворение** клиентов через соответствующий канал, включая удобство сайта использования (юзабилити), его работоспособность и особенности обслуживания пользователей [3].

Кроме того, стратегия цифрового маркетинга должна опираться на ряд фундаментальных принципов, одним из которых выступает *омниканальность*. Потенциальный клиент может взаимодействовать с компанией через различные каналы: социальные сети, электронную почту, мессенджеры. При этом все эти взаимодействия могут быть объединены в рамках общей базы данных. У компании сохраняется история взаимодействия с каждым клиентом с момента первого касания до заключения сделки, даже если человек при этом обращался к сотрудникам компании через разные средства коммуникации.

Не менее важным принципом становится *прозрачность*. Сложно оценить, сколько именно человек услышали рекламу по радио. Однако это легко отследить с помощью онлайн-статистики. Можно даже увидеть, какое именно рекламное объявление из десятков и сотен принесло наилучшие результаты. Вместе с тем возможно оценить окупаемость различных маркетинговых стратегий и рекламных каналов из расчета на вложенный рубль. Прозрачность позволяет компании прогнозировать и корректировать дальнейшие продажи.

Наконец, ключевым принципом является *учет пользовательского опыта*. Во время очередного касания с реальным или потенциальным клиентом сотрудник компании может просмотреть опыт всех предыдущих взаимодействий с ним, что позволяет подстраивать предложения для клиента, работать с возражениями, осуществлять продажи с большей конверсией [5].

Сегодня Digital-маркетинг необходим для бизнеса. Специалисты этой области помогают наладить коммуникацию между компанией и клиентами в рамках их уникального покупательского пути. Маркетологи-новаторы разрабатывают актуальный контент в необычном формате, размещая его в нужное время и в нужных местах. Рассмотрим основные преимущества цифрового маркетинга.

- **Расширение охвата.** Покупательский опыт большей части клиентов начинается в Интернете. Как правило, люди проходят через разные цифровые каналы, выбирая для себя оптимальные варианты.

- **Точный таргетинг.** С помощью SEO-оптимизации и грамотной стратегии для социальных сетей маркетологи создают более точные зацепки, что благоприятно сказывается на конверсии, выручке и узнаваемости бренда.
- **Гибкость.** Тактика цифрового маркетинга быстро подстраивается под разные задачи, которые нередко меняются в процессе работы.
- **Простота измерения.** Маркетологи могут без труда оценить результаты проделанной работы и выбрать наиболее подходящие тактики.

Вместе с тем цифровой маркетинг имеет и недостатки, связанные с продолжительным сроком ожидания результата, поскольку лояльность потребителей через социальные сети может формироваться на протяжении лет; дефицитом квалифицированных кадров в области цифрового маркетинга; необходимостью перманентного обновления знаний и повышения квалификации в условиях изменчивой маркетинговой среды [6].

Поскольку цифровой маркетинг непосредственно взаимодействует с Интернетом, где тренды меняются с огромной скоростью, важно рассматривать действительно рабочие маркетинговые стратегии и наиболее актуальные digital-тенденции. Во-первых, в персонализированных коммуникациях все больше используется искусственный интеллект (далее – ИИ). За относительно небольшой срок он стал полезным маркетинговым инструментом, оптимизирующим рекламу, генерирующим уникальные тексты и графику. Владельцам бизнеса и маркетологам ИИ помогает в создании целого спектра гипотез по продвижению продукта: как правильно провести анализ целевой аудитории, выбрать каналы продвижения, сформировать уникальные товарные предложения под каждый сегмент [9].

Во-вторых, важным инструментом коммуникации становится ребрендинг. В 2023 г. крупные компании активно использовали его как повод для привлечения внимания. Например, МТС изменила свой логотип, убрав из него символичное яйцо, Delivery Club стал называться «Маркет Деливери», SberМегаМаркет – Мегамаркетом, изменения в визуальной концепции претерпели Яндекс.Лавка, Tutu и иные известные компании.

В-третьих, ввиду закрытия некоторых зарубежных платформ, конкуренция в области рекламы стала более острой, что побудило отечественные компании создавать альтернативные рекламные площадки. Одним из явных лидеров сегодня выступает Яндекс, который в 2023 г. представил несколько новых форматов продвижения и внедрил

функциональные улучшения. Теперь аудиторные настройки включают более 600 групп, что позволяет точнее настраивать таргетированную рекламу. Наконец, к концу 2023 г. месячная аудитория Telegram достигла отметки в 82,3 млн. Мессенджер совершенствует свои возможности и уже за 2023 г. сделал несколько полезных для бизнеса обновлений [4].

Цифровой маркетинг стабильно удерживает лидирующие позиции в сегментах B2C (коммерческое взаимодействие бизнеса и частных лиц) и B2B (бизнес-модель, в которой одна компания продает товар или услугу другой организации). Важность использования цифрового маркетинга очевидна – современные технологии позволяют наиболее эффективно подходить к потенциальным клиентам, понимать их потребности и осуществлять продажи.

Цифровой маркетинг легко автоматизируется, контролируется и измеряется. Это снимает лишнюю нагрузку с маркетологов, обеспечивает прозрачность работы отдела продаж для руководителей, позволяет тестировать и анализировать гипотезы, инструменты и каналы, выбирая наиболее эффективные из них. Необходимо научиться максимально использовать его потенциал, ведь Digital-маркетинг – это не просто предоставление потребителю интересного контента и привлекательных дизайнерских решений, а понимание цифр и умение их анализировать.

Библиографический список:

1. Давыдов В. В. Digital-маркетинг. Главная книга интернет-маркетолога / В. В. Давыдов, М. В. Федоров. М.: Издательство АСТ, 2022. 482 с.
2. Малевская В. Контент-маркетинг Aviasales: путешествия, юмор и ситуативная реклама [Электронный ресурс] // VS.RU. Режим доступа: <https://vc.ru/marketing/44178-kontent-marketing-aviasales-puteshestviya-yumor-i-situativnaya-reklama?ysclid=lv6h5tdwsy895490353> (дата обращения: 15.04.24).
3. Павлюк Ю. Digital всемогущий. 101 инструмент для повышения продаж с помощью цифровых технологий. М.: Эксмо, 2021. 198 с.
4. Плотников Р. 9 эффективных трендов digital-маркетинга 2024 года [Электронный ресурс] // Бизнес-секреты – медиа о бизнесе от банка Тинькофф. Режим доступа: <https://secrets.tinkoff.ru/blogi-kompanij/trendy-digital-marketinga-v-2024-godu/?ysclid=lv3hf645sg444596602> (дата обращения: 15.04.24).

5. Реброва Н. П. Цифровой маркетинг. Учебное пособие / Н. П. Реброва, Е. А. Лунева. М.: Прометей, 2020. 164 с.
6. Шарифьянов Д. Digital-маркетинг. Инструменты, каналы, стратегия и принципы цифрового маркетинга. Екатеринбург: Издательские решения, 2023 70 с.
7. Кеннеди Д. Жесткий директ-маркетинг: Заставьте покупателя достать бумажник. М.: Альпина Паблишер, 2022. 379 с.
8. Котлер Ф. Маркетинг 5.0. Технологии следующего поколения. М.: Бомбора, 2023. 272 с.
9. Остервальдер А. Разработка ценностных предложений: как создавать товары и услуги, которые захотят купить потребители. М.: Альпина Паблишер, 2023. 312 с.
10. Dodson I. The Art of Digital Marketing: The Definitive Guide to Creating Strategic, Targeted, and Measurable Online Campaigns. New Jersey: John Wiley & Sons, 2016. 400 p.

D.V. Korobova. Digital-marketing as a new form of marketing and advertising

The article examines the specifics of digital marketing, including its main tools for attracting customers, the impact on consumers, as well as the advantages and disadvantages of this form of marketing. The article focuses on how digital marketing helps companies effectively interact with the audience through various digital tools, and what advantages and risks are associated with using this approach.

Keywords: Digital marketing, digital marketing, online advertising, Internet promotion, social networks, content marketing, Internet.

УДК 316

В.В. Михеева

**Информационные технологии в высшем образовании:
проблемы и перспективы**

Аннотация:

Статья посвящена феномену информатизации системы высшего образования, ее особенностям и тенденциям. В современном мире информационные технологии становятся важнейшим фактором качества системы образования. Основой использования информационных технологий в высшем образовании выступает сочетание методов системного анализа. Внедрение информационных технологий в систему высшего образования имеет большое значение для реального развития этой области. Обозначены проблемы информатизации высшего образования, связанные с игнорированием или непониманием функциональной составляющей образования, динамикой изменений в области технологий, опережающей динамику изменений в содержании образования, разрывом между системами высшего и школьного образования.

Ключевые слова: информационные технологии, образование, инновации, рынок труда, компетенции.

Об авторе: Михеева Виктория Видадиевна, МГТУ им. Н. Э. Баумана, студент кафедры социологии и культурологии; эл. почта: mikheevavv@student.bmstu.ru

Научный руководитель: Багдасарьян Надежда Гегамовна, МГТУ им. Н. Э. Баумана, доктор философских наук, профессор кафедры социологии и культурологии; эл. почта: ngbagda@mail.ru

Введение

Информационно-коммуникационные технологии (далее – ИКТ) сегодня затрагивают все сферы общественной жизни. Исключением нельзя назвать и сферу образования. ИКТ используются для поддержки различных видов учебной деятельности,

включая доступ к информации, коммуникацию, сотрудничество и оценку. С точки зрения науки и высшего образования, ИКТ формируют информационное пространство, обеспечивают мониторинг знаний студентов. С каждым годом расширяется мировой рынок компьютерного обучения, широкое развитие получает система дистанционного обучения (ДО) в высших учебных заведениях.

Благодаря компьютерной коммуникации создаются гибридные области науки, что выражается в цитировании и взаимном использовании методов из разных дисциплин. Это, в свою очередь, приводит к стандартизации знаний [18, с. 340]. ИКТ становятся приоритетными в современном развитии науки и высшего образования, оказываясь привлекательными и для абитуриентов, и для ученых при выборе вуза, что обуславливает перспективные изменения в высшем образовании и определяет конкурентоспособность вузов на рынке научных и образовательных услуг [17, с. 30].

С социологической точки зрения, образование может быть и социальным явлением, и социальным процессом, и социальной (под)системой, и социальным институтом. В качестве одной из сфер общественной жизни оно тесно связывается с остальными: экономика определяет материальную базу сферы образования, обуславливает его содержание в плане структуры дисциплин, спектр доступных специальностей профессий; политическая сфера оказывает влияние на формирование структуры и содержания образования; социокультурная сфера на макро- и микроуровне влияет на образование через сложившиеся ценности, традиции, социально-демографическую обстановку. Вместе с тем образование остается относительно автономной и сложной системой, состоящей из множества элементов, выполняющих определенные функции в рамках образовательного процесса.

Согласно социологической теории структурного функционализма, образование как социальный институт выполняет определенный набор функций, в которых нуждается общество. Так, французский классик социологии Э. Дюркгейм рассматривает общество как живой организм, каждая часть которого выполняет определенный набор функций [4]. В этом смысле система высшего образования стремится к уменьшению дисфункциональности и поддержанию равновесия в обществе [1, с. 200]. Я. Куксон и Л. Садовник выделяют 4 группы целей и функций образования в рамках функционалистского подхода:

- **интеллектуальные цели:** выработка базисных когнитивных навыков – чтение, письмо, счет, передача специфического знания, помощь обучающимся в приобретении мыслительных навыков;
- **политические цели:** воспитание граждан и подготовка их к принятию участия в поддержании политического порядка;
- **социальные цели:** поддержание социального порядка посредством социализации индивидов, усвоение индивидами социальных ролей, норм и ценностей;
- **экономические цели:** подготовка индивидов к выполнению профессиональных ролей [19].

Продолжая идеи Э. Дюркгейма о природе функций, американский социолог Р. Мертон выделяет явные и латентные функции. Первые связаны с объективными и преднамеренными результатами социального действия, тогда как вторые – с непреднамеренными результатами социального действия [11]. К явным функциям образования следует отнести обучение грамотности, усвоение ценностей общества, а к латентным – воспроизводство социального неравенства. Р. Мертон классифицировал вредные латентные функции как дисфункции, поскольку они вызывают беспорядок и конфликт внутри общества. Как отмечает Г. Е. Зборовский, понимание функций у Мертона становится основанием оценки структуры социальной организации и ее результативности [5, с. 29]. Иначе говоря, организационная структура должна соответствовать функциям, знание которых затрагивает вопросы организационного и социального менеджмента.

Анализ функциональной составляющей образования необходим для формирования научного представления о роли и назначении образования в современной России с целью оптимизации организационной структуры и управления качеством образования. Игнорирование или непонимание истинных функций образования приводит к неадекватным решениям в сфере управления системой образования, как и к пренебрежению образовательными потребностями общества.

Образование не может не реагировать на те изменения, которые происходят в системе ценностей, в науке и технике, на производстве. Однако можно заметить, что динамика изменений в сфере технологий и производства значительно опережает изменения в содержании образования. Для устранения этого разрыва предпринимаются попытки модернизации системы образования.

Современный взгляд на роль образования подводит к рассмотрению двух ключевых целей, выполняемых системой образования. Во-первых, речь идет об удовлетворении потребностей индивидов в получении образования, а во-вторых, о воспитании членов общества и подготовке специалистов. Разница в том, что в первом случае потребителем образовательных услуг выступает исключительно индивид, а во втором – государство и работодатели, когда образование играет роль «кузницы кадров», спрос на которых определяют потребности экономики и государства [7, с. 24]. Перед системой образования встает важная задача поиска оптимального решения для удовлетворения обеих целей.

Современный тренд заключается в диверсификации образования на каждом из перечисленных уровней, создании широкого разнообразия и вариативности как образовательных учреждений, так и форматов организации образовательной деятельности. Рынок образовательных услуг сегодня нередко описывается как «образовательный супермаркет» за наличие широкого выбора разнообразных образовательных услуг [9, с. 68].

На рынке образовательных услуг сегодня представлены государственные и частные университеты, онлайн-университеты и школы. Конкуренцию современному университету составляют организации, которые формально могут быть отнесены к дополнительному образованию и профессиональному обучению, фактически выполняющие ряд аналогичных функций. В частности, такие образовательные экосистемы, как Skillbox и Geekbrains – участники инновационного центра Сколково. В свою очередь, образовательные онлайн-платформы пополняют «полки образовательного супермаркета», – например, широкий спектр обучающих курсов предлагают Открытое Образование, EdX, Coursera и др.

Драйверами трансформации современной системы образования выступают демократизация общества, глобализация, мировые экономические тренды и, конечно, развитие информационных технологий. Стремительно развивающаяся сфера ИКТ способствует созданию цифрового образовательного пространства, упрощающего доступ к знаниям и снижающего экономические издержки образовательных компаний, выходящих на рынок.

Процессы глобализации и технологизации сокращают расстояние между людьми и ускоряют темпы социальной жизни. Ключевой компетенцией выпускника университета

становится не столько владение определенным набором знаний, сколько умение добывать эти знания, обрабатывать их и применять, используя определенный образ мышления. Умение выбирать собственный багаж знаний и управлять «багажной тележкой» или информационным потоком ценится в первую очередь [13, с. 37-40]. Такое умение закладывается на более ранних этапах обучения, в частности, в школе, которая не всегда создает соответствующие условия. Так, в работе «Общество без школы» И. Иллич рассматривает современную школу как казарму, навязывающую определенный набор знаний, оторванных от реальности, и ограничивающую познавательные способности учащихся [8].

Если понимать информатизацию образования как «научно-практическую деятельность, направленную на применение компьютерных технологий для сбора, хранения, обработки и распространения информации, обеспечивающую систематизацию имеющихся и формирование новых знаний в сфере образования для достижения психолого-педагогических целей обучения и воспитания», то ИКТ следует рассматривать как способ создания необходимой цифровой среды, выступающей новым способом организации труда, коммуникации и управления системой высшего образования [14, с. 12-16].

Инновации становятся решающим инструментом конкурентирования на современном рынке [15]. ИКТ в инновационной деятельности одновременно оказываются как источником идей для инноваций, так и одним из видов инноваций, методом, способным их обеспечивать. Ключевое отличие инновационной деятельности от модернизации заключается в «подрывном» характере инноваций, которым свойственны уникальность, неповторимость и оригинальность. В этой связи Ю. В. Яковец довольно точно отмечает, что инновация – это «путь в неведомое, это нарушение сложившегося образа жизни и действий, это большой риск, авантюра с заранее неизвестным результатом» [16, с. 51].

Иначе говоря, инновации – это инструменты для осуществления модернизации, отправная точка для запуска механизмов обновления и «осовременивания», а модернизация – процесс, в результате которого наиболее «удачные» инновации тиражируются и закрепляются на практике, преобразуя действительность на качественно ином уровне [16, с. 55]. ИКТ не только создают новые перспективы для преподавания и обучения, но и актуализирует ряд проблемных вопросов, связанных с коммерческими

особенностями образования, социальным и экономическим неравенством, этическими аспектами.

ИКТ становятся ключевым фактором качества образования в мировом масштабе [10, с. 380]. Профессиональная компетентность, научная квалификация и профессиональная подготовка приводят к формированию нового типа специалиста, увлеченного поиском творческого подхода к решению проблем [6; 3, с. 30]. В этом плане использование ИКТ в обучении и воспитании может стать одним из составляющих профессионального образования, отвечающего требованиям рынка труда, среди которых – умение выпускника вуза адаптироваться к постоянно меняющимся социально-экономическим условиям, способность пользоваться широким доступом к информации, владение мультимедийными и интерактивными технологиями, возможностями виртуальной и дополненной реальности, технологиями дистанционного обучения [2; 12, с. 1575; 20, с. 142].

ИКТ используются для создания инновационных условий обучения студентов. Например, они обеспечивают студентам доступ к широкому спектру электронных материалов, применяются при создании симуляций виртуальной реальности, опыта дополненной реальности и интерактивных учебных модулей – все это помогает студентам погрузиться в учебный процесс. Вместе с тем процесс включения ИКТ в систему высшего образования сопровождается рядом трудностей: не все студенты имеют равный доступ к технологиям, не все обладают необходимыми навыками взаимодействия с технологиями, наконец, ИКТ могут попросту отвлекать студентов от образовательного процесса [3, с. 30].

В этой связи необходимо разрабатывать новые подходы к подготовке педагогов, расширять спектр компетенций, позволяющих им включать современные информационные технологии в образовательный процесс, развивать у студентов способность самостоятельно и творчески решать научные и производственные задачи. Образовательные учреждения нацелены на социальную потребность в повышении качества образования и практическую необходимость использования современных компьютерных программ в учебном процессе, которые способствуют овладению учебным материалом через активные групповые и индивидуальные формы работы, организации самостоятельной поисковой деятельности студентов, способных к самообучению и саморазвитию в профессиональной сфере.

Таким образом, уверенное владение преподавателями высших учебных заведений информационно-коммуникационными технологиями выступает основой повышения качества образования и формирования творческого потенциала студента. По мере того, как эти технологии становятся все более доступными, они будут продолжать оказывать ключевое влияние на образование, создавая привлекательную среду обучения.

Библиографический список:

1. Диденко Д. В. Профессиональное образование в России: пути догоняющей и инновационной модернизации / Д. В. Диденко, Г. А. Ключарев // Вопросы образования. 2013. № 1. С. 183-204.
2. Дубских А. И. Развитие иноязычной профессионально-коммуникативной компетенции студентов посредством дифференцированного подхода / А. И. Дубских, О. В. Кисель, Г. А. Босик // Современные проблемы науки и образования. 2019. №4. С. 85.
3. Дубских А. И. Development of Communicative Competence in Teaching Foreign Language for Professional Purposes // Современные методы и технологии преподавания иностранных языков: сб. науч. ст. Чебоксары: Чувашский государственный педагогический университет, 2019. С. 28-33.
4. Дюркгейм Э. О разделении общественного труда. Метод социологии / Пер. с фр. и послесл. А. Б. Гофман. М.: Наука, 1990. 575 с.
5. Зборовский Г. Е. Образование: научные подходы к исследованию // Социологические исследования. 2000. № 6. С. 28-30.
6. Зеер Э. Ф. Индивидуальные образовательные траектории в системе непрерывного образования / Э. Ф. Зеер, Э. Э. Сыманюк // Педагогическое образование в России. 2014. № 3. С. 74-82.
7. Иванова В. А. Проблема функций образования в мировой и отечественной социологии // Педагогическое образование в России. 2012. № 5. С. 22-29.
8. Иллич И. Освобождение от школ. Пропорциональность и современный мир. М.: Просвещение, 2006. 149 с.
9. Ильин А. Б. Актуальные инструменты формирования предпринимательских компетенций в сфере высшего образования / А. Б. Ильин, Л. С. Леонтьева // Человеческий капитал и профессиональное образование. 2015. № 4. С. 66-71.

10. Кисель О. В. Обучение чтению на основе профессионально-ориентированных текстов // Актуальные проблемы современной науки, техники и образования: Тезисы докладов 77-й международной научно-технической конференции, Магнитогорск, 22-26 апреля 2019 года. Том 2. Магнитогорск: Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова, 2019. С. 380-381.
11. Мертон Р. Явные и латентные функции (фрагменты) // Американская социологическая мысль. Тексты / Под ред. В. И. Добренкова. М.: МГУ, 1994. С. 379-448.
12. Михеева В. В. К проблеме востребованности выпускников МГТУ им. Н. Э. Баумана на рынке труда / В. В. Михеева, А. В. Чернышева // Российское общество сегодня: ценности, институты, процессы: Материалы Всероссийской научной конференции, Санкт-Петербург, 16-18 ноября 2023 года. СПб: ООО Издательский дом «Сциентиа», 2023. С. 1574-1576.
13. Осипов А. М. Социология образования в России: «Работа над ошибками» в начале XXI века / А. М. Осипов, Н. А. Матвеева // Высшее образование в России. 2009. № 9. С. 36-42.
14. Ритцер Дж. Макдональдизация общества 5. М.: Издательство «Праксис», 2011. 590 с.
15. Яковец Ю. В. Эпохальные инновации XXI века. М.: ЗАО Издательство «Экономика», 2004. 444 с.
16. Яковлева Н. Г. Коммерциализация российского высшего образования: историко-логические контрапункты // Экономическое возрождение России. 2017. № 4. С. 49-58.
17. Chauhan S. Information technology transforming higher education: A meta-analytic review / S. Chauhan, P. Gupta, S. Palvia, M. Jaiswal // Journal of Information Technology Case and Application Research. 2021. Vol. 23(1). Pp. 3-35.
18. Kalyanaraman P. An investigation on E-learning tools and techniques towards effective knowledge management / P. Kalyanaraman, S. Margret Anouncia, V. Balasubramanian // Knowledge computing and its applications. New York: Springer, 2018. Pp. 335-346.
19. Sociology of Education / Ed. by D. Levinson, H. Cookson, A. Sadovnik. New York: Routledge-Faimer, 2002. Pp. 267-272.

20. Zerkina N. Extend Centre's Resources for Increasing General Digital Literacy / N. Zerkina, Ye. Lomakina, O. Kisel, E. Lazarou // eLearning & Software for Education. 2019. Vol. 3. Pp. 140-145.

Mikheeva V.V. Information Technologies in Modern Higher Education: Problems and Prospects

The article is devoted to the phenomenon of informatization of the higher education system, its features and trends. In the modern world, information technology is becoming the most important factor in the quality of the education system. The basis for the use of information technology in higher education is a combination of methods of system analysis. The introduction of information technologies into the higher education system is of great importance for the real development of this area. The author describes the problems of informatization of higher education associated with ignoring or misunderstanding the functional component of education, the dynamics of changes in technology, outstripping the dynamics of changes in the content of education, the gap between higher and school education systems.

Keywords: information technologies, education, innovations, labor market, competences.

УДК 316

И.Д. Сосин

Нужна ли социологу платформа «Хабр»?

Аннотация:

В статье анализируется структура и функциональные возможности платформы «Хабр» в качестве канала для получения социологической информации, даются рекомендации по ее использованию. Статья может быть полезна исследователям, практикам и специалистам в области информационных технологий, которые заинтересованы в получении социологической информации и анализе отношения IT-специалистов к такой информации. По мнению автора, «Хабр» может стать полезным инструментом для социологов, изучающих IT-специалистов и информационные технологии.

Ключевые слова: Хабр, социологическая информация, IT-специалисты, информационные технологии, социологическое исследование, Web 2.0.

Об авторах: Сосин Иван Денисович, МГТУ им. Н.Э. Баумана, студент кафедры социологии и культурологии, эл. почта: idsosin@gmail.com

Научный руководитель: Чернышева Анна Владимировна, МГТУ им. Н.Э. Баумана, кандидат философских наук, доцент кафедры социологии и культурологии; эл. почта: irida64@bk.ru

В течение последних десяти лет российское общество активно движется в сторону импортозамещения, автоматизации и кибернетизации. Эта тенденция требует значительных усилий от инженеров, программистов и специалистов в области информационных технологий, которые вносят весомый вклад в современное развитие общества. По этой причине в России возрастает спрос на исследования влияния информационных технологий на общество и значимости специалистов, задействованных в этом процессе.

Откуда берется социологическая информация, которая становится основой для таких исследований? Первичная информация, служащая основой для большинства социологических исследований, обычно собирается с помощью различных методов – анкетирования, опросов, экспертных интервью. Однако поиск экспертов, готовых участвовать в подобных исследованиях, может оказаться непростой задачей, влекущей за собой определенные сложности [3]. При сборе вторичной социологической информации результативны методы контент-анализа и наблюдения. Такая информация может быть получена из различных источников, однако их поиск и анализ могут оказаться сложным и трудоемким процессом.

В эпоху цифровизации технологии Web 2.0 (а в дальнейшем и Web 3.0) становятся ключевыми для поиска социологической информации. Профили в социальных сетях, общение в мессенджерах, возможность комментирования медиаконтента создают цифровые следы пользователя. Это помогает выявить модели социального поведения без прямого участия исследователя. При этом классические методы опроса для сбора информации также преобразуются в условиях виртуальных связей, которые уменьшают физическое и эмоциональное расстояние между респондентом и интервьюером [2].

В этой статье мы сфокусируемся на исследовании платформы Web2.0 «Хабр», рассмотрев ее как канал для сбора социологической информации об IT-специалистах и информационных технологиях. Создатели платформы утверждают, что слово «Хабр» возникло у них случайно и сначала использовалось как приветствие, но затем было выбрано в качестве названия нового проекта. Отметим, что в сообществе «Хабр» существует множество теорий относительно этимологии слова. Согласно одной из версий, «Хабр» в переводе с хинди означает «новость» («Новость» на хинди произносится как «хабр», а новости – как «хабрэ») [5].

Начиная с 2006 г. «Хабр» выступает одной из наиболее популярных IT-платформ в России, где не только IT-специалисты, но и все, интересующиеся информационными технологиями, активно обмениваются знаниями и опытом в обозначенной области. Это уникальное сообщество, в котором каждый может узнать что-то новое и поделиться своими знаниями. Согласно официальной статистике, на «Хабре» зарегистрировано более 1,5 млн пользователей и опубликовано более 35 тыс. статей и постов, которые суммарно набрали 227 млн просмотров [4]. Сегодня наблюдается устойчивый рост не только числа

авторов и объема аудитории на «Хабр», но также и количество IT-компаний, активно использующих платформу для публикации своих статей.

Структура «Хабр» включает в себя 4 сервиса:

1. **«Хабр»** – сообщество IT-специалистов с сайтом для публикаций статей и новостей, где происходит обмен мнениями, получение новой информации и знакомство со специалистами. Статьи сортируются по тематическим разделам, которые называются «Хабами».

2. **«Q&A»** («Question and Answer», что в переводе с английского означает «Вопрос и Ответ») – площадка для обмена знаниями и опытом в IT-разработке через вопросы и ответы.

3. **«Хабр Карьера»** – сервис поиска работы и найма IT-специалистов, на котором размещаются вакансии, как от ведущих, так и от небольших компаний, резюме специалистов, статистика зарплат и образовательные курсы.

4. **«Хабр Фриланс»** – площадка для фрилансеров, где можно найти заказы, предложить услуги и обсудить условия сотрудничества.

В дополнение к перечисленным сервисам «Хабр» включает в себя систему «рейтинга» и «кармы», которая позволяет пользователям оценивать и комментировать публикации и комментарии других участников коммуникации. Рейтинг – это динамичный показатель, зависящий от активности пользователя на сайте и отражающий интерес сообщества к его деятельности на ресурсе. Если публикации и комментарии пользователя получают положительные оценки, его рейтинг увеличивается, но возможна и обратная ситуация. Чем выше рейтинг участника, тем выше его позиция в общем рейтинге пользователей и в рейтингах авторов по отдельным Хабам.

Карма пользователя – это ключевой инструмент в системе коллективной модерации на сайте, позволяющий полноправным участникам сообщества наделять других участников сообщества правами либо ограничивать их полномочия путем коллективного голосования. Карму пользователя можно изменить в его профиле или на странице его публикации. Один пользователь может изменить карму другого только на 1 единицу, при этом он всегда может поменять свою оценку на противоположную. Высокий уровень кармы, полученный за полезные публикации и комментарии, можно потерять из-за одного неуместного комментария, поэтому пользователи следят за своими высказываниями и взвешивают все, что собираются опубликовать.

Система рейтинга и кармы на «Хабре» имеет ограничения, заключающиеся в том, что пользователи с низким рейтингом и кармой имеют меньше возможностей на платформе. Чем меньше карма, тем сильнее на аккаунте будут сказываться ограничения: отсутствие возможности голосовать и писать публикации и комментарии, отсутствие доступа к дополнительным функциям сайта [1]. Подробную зависимость прав аккаунта от значений кармы можно увидеть в нижеприведенных таблицах:

Положительная карма

| Карма | Возможность |
|-------|--|
| ≥ 0 | Размещать публикации в непрофильные хабы (только для полноправных аккаунтов) |
| = 1 | Положительно голосовать за публикации и комментарии других пользователей |
| ≥ 2 | Положительно голосовать за карму, публикации и комментарии других пользователей |
| ≥ 5 | Голосовать за публикации, комментарии и карму других пользователей |
| ≥ 30 | Размещать публикации в хабе «Я пиарюсь» |
| > 50 | Начисление одного приглашения (однократно), позволяющего сделать полноправным аккаунт любого пользователя, кроме заблокированного за нарушение правил сообщества |

Карма пользователя без публикаций не может быть больше +4.

Таблица 1. Изменение прав пользователя на платформе «Хабр» при положительной карме

Отрицательная карма

| Карма | Ограничение |
|---------------|---|
| От -1 до -5 | Возможность размещать комментарии лишь 1 раз в 5 минут, возможность написать статью в «Recovery Mode» |
| От -6 до -10 | 1 комментарий в час, возможность написать статью в «Recovery Mode» |
| От -11 до -30 | 1 комментарий в день, возможность написать статью в «Recovery Mode» |
| От -31 и ниже | Понижение прав аккаунта до ReadOnly |

Таблица 2. Изменение прав пользователя на платформе «Хабр» при отрицательной карме

Стоит помнить, что система рейтинга и кармы на «Хабр» – не единственный фактор, определяющий популярность и авторитетность контента. Важно учитывать качество и актуальность текста, а также реакцию сообщества в комментариях. При использовании «Хабр» в качестве канала для поиска информации социологу крайне важно учитывать эти аспекты. Понимание того, как устроена структура сайта, механизмы рейтинга и кармы, особенности взаимодействия пользователей, дают возможность глубокого и детального анализа информации, доступной на платформе, проведения контент-анализа, поиска экспертов для интервью и многое другое.

Для грамотного использования «Хабр» социологу важно учитывать и применять несколько ключевых стратегий, которые помогут улучшить процесс исследования. Так, при выборе экспертов для интервью стоит отдавать предпочтение пользователям с высокой кармой, обращать внимание на тех, кто уже в течение нескольких лет публикует авторитетные статьи на платформе, привлекает больше внимания и имеет большее количество отзывов. Эти пользователи могут быть потенциально подходящими кандидатами для интервью, поскольку они уже продемонстрировали свою готовность и способность делиться знаниями и информацией с членами сообщества. В дополнение к этому социолог может договориться о проведении интервью с техническими экспертами различных компаний через их SMM-представителей, что позволит получить широкий спектр разнообразных взглядов и мнений.

Если речь идет о контент-анализе статей, то полезным будет воспользоваться фильтром «лучшие» и выбрать определенный временной промежуток для исследования. Это поможет сфокусироваться на наиболее значимых, информативных и обсуждаемых статьях за нужный период времени, получить более глубокое понимание основных тем и тенденций в выбранной области. Наконец, для общего понимания исследуемой области следует прочитать хотя бы несколько статей, опубликованных на платформе, за последний месяц или неделю, чтобы лучше понять современные тенденции в области информационных технологий, важные вопросы и темы, обсуждаемые в сообществе, быть в курсе актуальных тем.

Таким образом, «Хабр» выступает полезной площадкой для сбора социологической информации в области IT. Она предоставляет множество «Хабов» и параметров для сортировки статей, что удобно для проведения контент-анализа. Благодаря активности сообщества на платформе можно анализировать динамику обсуждений и взаимодействия

пользователей, что делает платформу ценным источником данных для социологических исследований. Несмотря на сложную структуру, «Хабр» может стать полезным инструментом для социологов, изучающих IT-специалистов и информационные технологии. Платформа предлагает многие возможности для исследований, однако это требует внимательного подхода к планированию и проведению исследований для обеспечения точности и надежности получаемых результатов.

Библиографический список:

1. Карма, рейтинг и вклад. Устройство Хабр [Электронный ресурс] // Хабр. Режим доступа: <https://habr.com/ru/docs/help/karma/> (дата обращения 21.02.2024).
2. Николаенко Г. А. Нереактивная стратегия: применимость незаметных методов сбора социологической информации в условиях Web 2.0 на примере цифровой этнографии и Big Data / Г. А. Николаенко, А. А. Федорова // Социология власти. 2017. № 4. С. 36-54.
3. Оникко А. А. Проблемы получения экспертной информации в социологических исследованиях // Дискуссия. 2014. № 6(47). С. 70-74.
4. Хабр – Итоги 2023 года [Электронный ресурс] // Хабр. Режим доступа: <https://habr.com/ru/companies/habr/articles/538542/> (дата обращения: 28.02.2024).
5. Что означает слово «Хабрахабр»? Раскрыта тайна века. [Электронный ресурс] // Хабр. Режим доступа: <https://habr.com/ru/articles/12347/> (дата обращения: 29.03.2024).

Sosin I.D. Does a Sociologist Need the «Habr» Platform?

The article analyzes the structure and functional capabilities of the «Habr» platform as a channel for obtaining sociological information and provides recommendations for its use. This article may be useful to researchers, practitioners, and specialists in the field of information technology who are interested in obtaining sociological information and analyzing the attitudes of IT specialists towards such information.

Keywords: Habr, sociological information, IT specialists, information technology, sociological research, Web 2.0.