

2. Бауман З. Текучая современность. СПб : Питер, 2008. 240 с.
3. Буравой М. За публичную социологию // Общественная роль социологии. М. : ООО «Вариант», ЦСПГИ, 2008. С.8-51.
4. Моравець Дж. Маніфест 2015. Навчання, яке еволюціонує // Manifesto 15 : сайт. URL: <https://www.manifesto15.org/ua/> (дата обращения: 10.05.2019).
5. Урри Дж. Мобильности. М. : Праксис, 2012. 576 с.
7. Урри Дж. Социология за пределами обществ: виды мобильности для XXI столетия. М. : НИУ ВШЭ, 2012. 336 с.

УДК 378:316

СОЦИОЛОГИЧЕСКОЕ ОБРАЗОВАНИЕ СЕГОДНЯ: НОВЫЕ ВЫЗОВЫ И КОМПЕТЕНЦИИ

И.В. Пинчук, О.Н. Фаблинова

УО ФПБ «Международный университет «МИТСО»»

ул. Казинца, 21-3, 220099, Минск, Республика Беларусь

ООО «Айдиа Мэйкерс»

ул. Толбухина 2, п.4, 220012, Минск, Республика Беларусь

igor_pinchuk87@mail.ru, o.fablinova@gmail.com

Аннотация. Публикация посвящена необходимости актуализации компетенций будущих социологов в условиях интернетизации и дигитализации белорусского общества. Отмечается возрастающая роль технологий и Интернета в современных исследовательских процессах: замена бумажных анкет планшетами, проведение онлайн фокус-групповых дискуссий и глубинных интервью, использование САТІ-студий, онлайн-панелей, пиплметрии, айттрекинга, виртуальной и дополненной реальности и другое. Подчеркивается перспективность внедрения в Республике Беларусь программы «Университет 3.0» при подготовке кадров по социологическим дисциплинам. Основываясь на результатах социологических замеров, подтверждается соответствие позиционирования программы «Университет 3.0» интересам и потребностям белорусских юношей и девушек – престижность в молодежной среде профессий, связанных с информационными технологиями, интерес к предпринимательству.

Ключевые слова: *высшее образование; социология; Университет 3.0; социологические исследования; маркетинговые исследования; интернетизация; дигитализация.*

SOCIOLOGICAL EDUCATION TODAY: NEW CHALLENGES AND COMPETENCE

I.V. Pinchuk, O.N. Fablinova

International University «MITSO»

Kazintsa str., 21-3, 220099, Minsk, Republic of Belarus

Limited Liability Company «Idea Makers»

Tolbukhina str., 2, r.4, 220012, Minsk, Republic of Belarus

Annotation. The publication is devoted to the need to update the competences of future sociologists in the conditions of internetization and digitalization of the Belarusian society. It is

noted a growing role of technology and the Internet in today's research processes: using of tablets instead of paper questionnaires, conducting online focus group discussions and in-depth interviews, using of CATI-studios, online panels, peplemeters, eye tracking, virtual and augmented reality, etc. The perspective of the introduction of the "University 3.0" program in the Republic of Belarus in the process of training sociologists is emphasized. Based on the results of sociological measurements, the correspondence of the positioning of the University 3.0 program to the interests and needs of Belarusian youths and girls is confirmed (prestige of IT-related professions, interest in entrepreneurship).

Keywords: *higher education; sociology; University 3.0; sociological studies; marketing research; internetization; digitalization.*

В Республике Беларусь создана и успешно функционирует развитая система высшего образования. По социологическим дисциплинам подготовку специалистов осуществляют как столичные учебные заведения, так и региональные вузы. Соответственно, запрос на качественное социологическое образование имеет республиканский характер. Необходимость актуализации компетенций будущих социологов продиктована сегодняшними реалиями, в особенности стремительным внедрением новых технологических решений в исследовательские процессы. В рамках программы создания современной цифровой экономики Беларусь активно формирует имидж IT-страны, уделяя особое внимание развитию информационных технологий. Закономерно, что высшая школа должна также адаптироваться к новым условиям и успешно интегрировать в учебный процесс современные разработки. В первую очередь сегодня, когда молодежь готова к восприятию новых форматов потребления знаний. Как показывают результаты опроса Информационно-аналитического центра при Администрации Президента Республики Беларусь (ИАЦ) – октябрь 2017 г., объем выборочной совокупности составляет 1002 интернет-пользователя в возрасте от 16 лет и старше, – для юношей и девушек Глобальная сеть значительно чаще рассматривается как средство дистанционного обучения (41,2%), чем для интернет-пользователей страны в целом (30,5%). Заинтересованность молодых людей в освоении новых практик и интеграции в цифровую индустрию проявляется и в трудовых приоритетах. Согласно опросу ИАЦ (2018 г. объем выборки 1490 респондентов в возрасте 18–29 лет) молодежь к числу престижных, прежде всего, относит профессии программиста, IT-специалиста – указал каждый второй респондент (51%) [1].

Следовательно, прогресс обуславливает необходимость выстраивания новых подходов в социологическом образовательном процессе. Вопрос синтеза компетенций, освоения новых форматов обучения, расширения методологии для социологов является предметом обсуждений в научном сообществе не первый год. Так, в 2018 году главной темой VIII Грушинской конференции была «Социолог 2.0: трансформация профессии», и основным вопросом, на который исследователи старались дать ответ, был следующим: кто он – социолог 21 века? Как отмечают специалисты, оснований для анализа достаточно, так как профессия социального исследователя стала действительно мультидисциплинарной и многофункциональной, соединив в себе целый ряд ипо-

стасей – от социального ученого до графического дизайнера и программиста, от аналитика больших данных до консультанта и социального инженера [2].

Подтверждение вышесказанному - запрос сегодняшнего рынка труда, который все чаще уходит в сторону цифровых компетенций. Как показывает практика, в исследованиях активно применяются современные технологии. Здесь можно говорить и о «безбумажных» способах сбора данных – применении планшетов вместо традиционных анкет в ходе опросов «лицом к лицу», использовании систем, интегрированных в колл-центры (САТІ). Все большая доля исследований, в первую очередь – маркетинговых, уходит в интернет-среду – использование при опросах онлайн-панелей, ривер-сэмплинга. Качественные исследования также все чаще практикуются в электронной среде. В данном случае речь идет об онлайн фокус-групповых дискуссиях, проводимых в форме чата или форума, индивидуальных онлайн-интервью и ведении онлайн-дневников и блогов. Для Беларуси направление интернет-исследований особенно актуально ввиду высокого уровня проникновения Интернета в республике. По данным опросов ИАЦ, он приближается к порогу в 70% среди совершеннолетних граждан (октябрь 2017 г., объем выборочной совокупности - 1002 респондента в возрасте 16 лет и старше), а в категории 18–29 лет превышает 90% (май 2018 г., объем выборочной совокупности – 1650 человек в возрасте 18 лет и старше) [1].

Также в маркетинговые исследования активно внедряются технологии виртуальной и дополненной реальности, которые позволяют получить мнение пользователей по еще не существующим товарам, протестировать удачность расположения товаров на полках торговых объектов. Отмечается интерес исследователей и к физиологическим измерениям, основанным на анализе произвольных реакций респондентов на те или иные стимулы (нейромаркетинговые исследования). К анализируемым параметрам относятся сердцебиение, кожно-гальваническая реакция (изменения в электрической проводимости кожи), активность головного мозга, зрительная реакция. Безусловно, при проведении подобных замеров требуется междисциплинарная команда исследователей, а также специальное оборудование. Так, зрительная реакция респондентов замеряется посредством айтрекеров, активность головного мозга – посредством функционально-магнитно-резонансной томографии, электроэнцефалографии.

В медиаисследованиях активно внедрена в практику пиплметрия – технология сбора данных о телесмотрении (с использованием пиплметров), радиослушании (с использованием портативных пиплметров). Разрабатываются и используются компьютерные программы контент-анализа.

Не менее важным является и овладение основами Bigdata. При этом в компетенцию аналитика Bigdata входит знание основ программирования. В наиболее общем плане Bigdata – это огромные массивы, которые накапливаются маркетинговыми агентствами, например, в ходе панельных исследований, а также массивы данных о потребителе, которыми располагают интернет-провайдеры, сотовые операторы, банковские структуры и т.д. [3]. Социальным исследователям, в свою очередь интересен синтез Bigdata (информация о

конкретном поведении, покупках и т.п.) и социологической науки (ценности, мотивы, барьеры и т.п.).

Таким образом, интернетизация и дигитализация являются основными тенденциями в сфере современных социологических и маркетинговых исследований. Безусловно, необходимо учитывать ограничения этих методов, оценивать их валидность. Однако обучать студентов по социологическим специальностям основам их применения необходимо уже сегодня. Примечательно, что обозначенные вопросы соответствует целям экспериментальной программы «Университет 3.0». Министерством образования в рамках пилотного проекта определено шесть вузов: Белорусский государственный университет, Белорусский национальный технический университет, Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники, Белорусский государственный технологический университет и Белорусский государственный экономический университет, а также Гродненский государственный университет имени Я. Купалы, которым поручена разработка и реализация экспериментального проекта по внедрению новых подходов в развитие учебной, научной и предпринимательской инфраструктуры университета [4].

«Реализация проекта предусматривает два направления действий: 1) внесение изменений и дополнений в учебно-программную документацию образовательных программ высшего образования I ступени, направленных на системное взаимосвязанное изучение вопросов инновационной, изобретательской и предпринимательской деятельности (создание бизнес среды) и в учебно-программную документацию образовательных программ высшего образования II ступени, направленных на реализацию стартапов в бизнес-инкубаторах, командное выполнение высокотехнологичных проектов в рамках практико-ориентированного и научно-ориентированного обучения; 2) реализацию комплекса мер по созданию субъектов инновационной инфраструктуры (научно-технологические парки, центры трансфера технологий), отраслевых лабораторий, бизнес-инкубаторов, а также и по повышению эффективности научно-исследовательской, инновационной деятельности, которые будут обеспечивать на завершающем этапе коммерческую реализацию инновационной продукции и (или) результатов интеллектуальной деятельности» [5].

Таким образом, если Университет 1.0 был направлен на обучение рабочей силы, а Университет 2.0 комбинировал обучение и научные исследования, то Университет 3.0 представляет собой так называемый «предпринимательский университет». И этот подход (коммерциализация, предпринимательство) соответствует духу времени и потребностям молодых людей. Так, согласно данным ИАЦ (2018 г., объем выборки 1490 респондентов в возрасте 18–29 лет), доминантное большинство молодых людей рассматривают предпринимательскую деятельность наиболее привлекательным вариантом заработка. Так, 36,5% опрошенных предпочли бы открыть свое дело при наличии такой возможности [1; 6]. Все это создает предпосылки для развития на площадках вузов социологических центров, где учащиеся смогут привлекаться не только в качестве интервьюеров в фундаментальных проектах, но и осваивать прак-

тику маркетинговых исследований – наиболее передовых в технологическом плане. В конечном счете, развитие данного направления будет способствовать реализации предпринимательского потенциала юношей и девушек. Общим итогом такого развития станет повышение востребованности подготавливаемых кадров по социологическим дисциплинам.

Библиографические ссылки

1. Республика Беларусь в зеркале социологии: сб. мат. социологических исследований / Инф.-аналит. Центр при Адм. Президента Респ. Беларусь ; под. ред. А. П. Дербина. Минск : Типография Федерации профсоюзов Беларуси, 2018. 180 с.
2. VIII Грушинская социологическая конференция «Социолог 2.0: трансформация профессии» [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://wciom.ru/nauka_i_obrazovanie/conferences/conference_2018/. Дата доступа: 12.06.2019.
3. Демидов А. Новые технологии в маркетинговых исследованиях [Электронный ресурс] / research&trends. Режим доступа: https://www.r-trends.ru/trends/trends_934.html. Дата доступа: 11.06.2019.
4. В Беларуси созданы все условия для реализации модели «Университет 3.0» – Карпенко [Электронный ресурс] // БЕЛТА. Новости Беларуси. Режим доступа: <https://www.belta.by/society/view/v-belarusi-sozdany-vse-uslovija-dlja-realizatsii-modeli-universitet-30-karpenko-286240-2018/>. Дата доступа: 10.06.2019.
5. Описание экспериментального проекта [Электронный ресурс] // Республиканский институт высшей школы. Режим доступа: <http://nihe.bsu.by/index.php/2opisanie-eksperimentalnogo-proekta>. Дата доступа: 13.06.2019.
6. Колесниченко Н. Зачем Беларуси Университет 3.0 [Электронный ресурс] // Завтра твоей страны. Режим доступа: http://www.zautra.by/art.php?sn_nid=29965. Дата доступа: 13.06.2019.

УДК 316.77 (476)

ДЕСТАБИЛИЗАЦИЯ КАК ФОРМА РАДИКАЛЬНЫХ ПРЕОБРАЗОВАНИЙ: СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

А.В. Посталовский

Белорусский государственный университет
пр-т Независимости, 4, 220030, Минск, Республика Беларусь
postalnio@tut.by

Аннотация. В условиях развития информационного общества отмечаются высокие темпы прогресса и востребованности технологий воспроизводства и распространения информации до целевой аудитории. Анализ содержания современных конфликтов показывает, что дестабилизация общественно-политических систем, усиление радикальности действий сторон конфликта в период политических противостояний, развитие бифуркационных процессов происходят во многом благодаря использованию ресурсу СМИ и средств сетевой виртуальной медиакommunikации. Учитывая указанные тенденции, в социологической науке формируется необходимость образования принципиально нового направления исследования радикальных форм социально-политических трансформаций – социологии дестабилизации как