

ПЛЕНАРНЫЕ ДОКЛАДЫ

СОЦИОКУЛЬТУРНОЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ СТУДЕНЧЕСТВА РОССИЙСКО-УКРАИНСКО-БЕЛОРУССКОГО ПРИГРАНИЧЬЯ: РЕЗУЛЬТАТЫ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

В. В. Кириенко, В. В. Клейман

Учреждение образования «Гомельский государственный технический университет имени П. О. Сухого», Республика Беларусь

Узнаваемой, «фирменной» особенностью Гомельской области является ее расположение на стыке трех братских государств: России, Украины и Беларуси. Находясь не только на географическом, но и на геополитическом и духовно-культурном перекрестках «Востока» и «Запада», «Севера» и «Юга», Гомельская область ни этнонационально, ни социокультурно не может принадлежать только к какому-то одному полюсу. Исторически сложилось так, что именно Гомельское, Черниговское и Брянское порубежья оказались важнейшими сегментами своеобразного восточнославянского «котла», в котором в результате многовекторного взаимодействия однокоренных славянских культур на протяжении столетий «варился», выкристаллизовывался восточнославянский характер и менталитет.

Успех экономических и геополитических отношений народов различных стран во многом зависит от того, принимают ли они контрагентов как представителей «своих» или «чужих» народов. Положительная социокультурная комплиментарность является залогом успешных и политических и экономических отношений. И наоборот, с представителями «чужих», «социально далеких» стран полноценного альянса добиться не удастся.

Значительная роль в развитии отношений между нашими странами принадлежит молодежи, ее способности самостоятельно формировать площадки для диалога и дружных форм коммуникаций. Для этого долгое время существовал надежный социокультурный фундамент. Так, особое, символическое место в истории гуманитарного сотрудничества молодежи приграничных областей Беларуси, Украины и России принадлежит расположенному на границе трех славянских республик Монументу Дружбы. В здешних местах существует красивая легенда, суть которой заключается в том, что у полесского охотника, некогда жившего на месте Монумента, было три сына: Юрка, Сенька и Веселин. Повзрослев, в соответствии со стародавними традициями, братья расселились невдалеке от отцовского дома. Место, которое выбрал Юрка и на котором расселились его потомки, называли Юрковичи, там где обосновался Сенька со своими потомками, называли Сеньковкой, а урочище, которое выбрал Веселин и где стали проживать его потомки, стало называться Веселовкой. Как и положено у славян, и в дни ненастий, беды, и в дни веселья потомки трех братьев собирались вместе на своей малой родине.

Первая официально оформленная встреча молодежи на лугу на стыке тогда символических границ Беларуси, России и Украины состоялась в августе 1969 г. В первых встречах молодежи было минимум официоза и максимум естественного стремления молодых людей пообщаться между собой в форме международного пикника. Место проведения – большой луг, со стороны трех республик окруженный лесными массивами, вполне вписывался в эту задачу. В 1975 г., к 30-летию Победы

в Великой Отечественной войне, на стыке трех границ был сооружен Монумент Дружбы, получивший в народе более лиричное название «Три сестры».

К памятнику вели три дороги из российской деревни Большие Юрковичи, украинского села Сеньковка и белорусской деревни Веселовки. После распада СССР ежегодные встречи у Монумента Дружбы до 2014 г. стали проходить под названием «Славянское единство». Ежегодное количество участников этих фестивалей доходило до 80 тыс. С 2014 г., после известных событий, встречи молодежи трех славянских государств у Монумента Дружбы перестали проводиться.

Сегодня белорусы становятся участниками новых глобальных проблем и вызовов. Ускорение темпа жизни, цифровизация, вооруженное противостояние на территории соседнего государства – каждая новая глобальная проблема оказывает определенное влияние на социокультурную идентичность восточных славян. 2020 год проходил в контексте воздействия нового глобального вызова современности – угрозы пандемии, вызванной COVID-19, которая сегодня влияет на ценностные ориентации, социальное самочувствие, настроение, поведение, а значит, оказывает влияние и на будущее людей.

Известная вековечная максима гласит: соседей не выбирают, они от бога. Межстрановая социокультурная интеграция предполагает наличие определенного уровня комплиментарности различных наций, которая проявляется в их готовности к различным видам социальных взаимодействий. С целью определения готовности восточнославянских студентов к конкретным направлениям и глубине интеграционных процессов социологической лабораторией Гомельского государственного технического университета имени П. О. Сухого в 2018 г. в Гомельской, Черниговской и Смоленской приграничных областях Беларуси, России и Украины был проведено межстрановое социологическое исследование. С целью проверки социокультурной ментальной совместимости молодых представителей трех восточнославянских государств в анкете был сформулирован соответствующий вопрос.

Представленные в табл. 1 данные анкетного опроса свидетельствуют, что гомельские студенты с присущей белорусам толерантностью подтвердили свою готовность вместе работать с представителями всех без исключения перечисленных в анкете национальностей. При этом с большей готовностью они хотели бы работать вместе с соотечественниками – белорусами, западноевропейцами, русскими, американцами и украинцами. А вот хотели бы жить на одной лестничной площадке молодые гомельчане в первую очередь с белорусами, а затем – с западноевропейцами, русскими, поляками и украинцами. К выбору друзей для более личностных отношений – вместе отдыхать на природе, в бане, отмечать праздники – гомельские студенты подошли более избирательно. Этот вид взаимодействия они хотели бы осуществлять со своими восточнославянскими братьями – русскими и украинцами.

Своеобразную избирательность молодые гомельчане проявили при определении стран для получения образования. В данном случае приоритеты они расставили следующим образом: вначале – сами у себя, затем в государствах Западной Европы и Соединенных Штатах Америки, в Польше и в России. Наибольшую избирательность молодые гомельчане проявили при выборе партнеров для самых близких отношений – с кем они хотели бы породниться, жениться (выйти замуж). Абсолютное большинство гомельских студентов предпочли выбирать жениха или невесту в первую очередь среди белорусов, затем – среди русских, украинцев и поляков.

Таблица 1

**Распределение ответов на вопрос «В какой сфере отношений Вы готовы взаимодействовать с представителями следующих национальностей?»
(варианты ответов белорусских (гомельских) студентов), %**

Вариант ответа	Готов породниться, создать семью	Готов вместе отдыхать на природе, в бане, отмечать праздники	Готов жить по-соседству, на одной лестничной площадке	Готов вместе работать	Готов учиться, учить у них своих детей, перенимать опыт работы
1. Русские	67	62	56	65	33
2. Украинцы	34	46	51	51	19
3. Белорусы	80	74	66	67	51
4. Поляки	26	35	53	56	37
5. Латыши	14	14	31	38	19
6. Литовцы	17	27	44	49	26
7. Западноевропейцы (англичане, французы, немцы и др.)	32	36	55	66	63
8. Американцы (жители США)	26	33	48	55	57
9. Жители Центральной Азии	7	25	33	35	19
10. Жители кавказского региона (азербайджанцы, армяне, грузины)	6	24	34	35	19
11. Китайцы	12	21	37	54	44

Представленные в табл. 2 данные исследования свидетельствуют: украинские студенты в качестве своих ближайших партнеров по ежедневному взаимодействию, также, как и белорусы в первую очередь выбрали представителей своей национальности – украинцев, на второе место поставили белорусов, которые также их устраивают как потенциальные коллеги по работе, а также в качестве соседей и партнеров по отдыху.

В качестве партнеров второго круга взаимодействия украинская студенческая молодежь выбрала поляков, западноевропейцев, литовцев и американцев. В третью группу по готовности к социокультурному взаимодействию молодыми украинцами были определены латыши, жители Центральной Азии, кавказского региона и китайцы. Особенное отношение украинские студенты зафиксировали по отношению к россиянам. Степень готовности украинских студентов к социокультурному взаимодействию со своими российскими сверстниками по всем направлениям, кроме трудового, определена на минимальном уровне.

Таблица 2

**Распределение ответов на вопрос «В какой сфере отношений Вы готовы взаимодействовать с представителями следующих национальностей?»
(варианты ответов украинских (черниговских) студентов), %**

Вариант ответа	Готов породниться, создать семью	Готов вместе отдыхать на природе, в бане, отмечать праздники	Готов жить по-соседству, на одной лестничной площадке	Готов вместе работать	Готов учиться, учить у них своих детей, перенимать опыт работы
1. Русские	4	4	2	22	5
2. Украинцы	25	14	44	73	25
3. Белорусы	14	38	57	45	16
4. Поляки	9	57	13	48	19
5. Латыши	9	22	12	30	46
6. Литовцы	9	19	52	39	22
7. Западные европейцы (англичане, французы, немцы и др.)	10	13	57	40	26
8. Американцы (жители США)	9	41	16	41	32
9. Жители Центральной Азии	0	47	17	35	15
10. Жители кавказского региона (азербайджанцы, армяне, грузины)	0	18	14	29	57
11. Китайцы	0	16	13	30	57

Представленные в табл. 3 данные анкетного опроса позволяют сделать вывод о том, что смоленские студенты в выборе партнеров для совместной работы проявили даже большую толерантность, чем их гомельские коллеги. В качестве оптимальных контрагентов по совместной трудовой деятельности смоляне выбрали все перечисленные в табл. 3 национальности. Вместе с тем следует подчеркнуть важную для российско-белорусских интеграционных процессов особенность: на первое место при выборе трудовых партнеров 85 % молодых смолян выбрали белорусов. Показательно, что практически по всем параметрам социокультурного взаимодействия, смоленские студенты проявили такую же готовность взаимодействия с украинцами, как и с представителями других национальностей.

О ментальной комплиментарности белорусов и россиян говорит тот факт, что в качестве своих ближайших партнеров по взаимодействию: с кем бы они хотели породниться, жениться или выйти замуж, жить на одной площадке, вместе отдыхать, отмечать праздники, смоленские студенты наравне с русскими, выбрали белорусов. В качестве партнеров второго круга взаимодействия представители российской студенческой молодежи выбрали поляков, украинцев, литовцев, латышей и американцев. На последнее место по готовности к социокультурному взаимодействию смоленские студенты определили жителей кавказского региона и Центральной Азии.

Таблица 3

**Распределение ответов на вопрос «В какой сфере отношений Вы готовы взаимодействовать с представителями следующих национальностей?»
(варианты ответов российских (смоленских) студентов), %**

Вариант ответа	Готов породниться, создать семью	Готов вместе отдыхать на природе, в бане, отмечать праздники	Готов жить по-соседству, на одной лестничной площадке	Готов вместе работать	Готов учиться, учить у них своих детей, перенимать опыт работы
1. Русские	91	81	78	80	69
2. Украинцы	42	57	66	57	37
3. Белорусы	69	81	78	85	64
4. Поляки	40	58	57	71	61
5. Латыши	30	46	62	68	42
6. Литовцы	30	45	61	70	41
7. Западноевропейцы (англичане, французы, немцы и др.)	63	61	70	85	75
8. Американцы (жители США)	44	55	63	78	67
9. Жители Центральной Азии	14	40	53	57	32
10. Жители кавказского региона (азербайджанцы, армяне, грузины)	14	46	47	58	33
11. Китайцы	23	49	62	75	69

Для определения актуальных причин социокультурного взаимодействия студентов восточнославянских стран в анкете был сформулирован вопрос «С какими целями Вы бы хотели посетить указанные страны?».

Приведенные в табл. 4 данные анкетного опроса показывают, что молодые гомельчане по степени востребованности выстроили страны в следующей последовательности: Германия, Франция, Великобритания, Соединенные Штаты Америки; Россия, Польша, Украина.

К основным причинам поездок в западноевропейские государства гомельские студенты отнесли: семейный отдых, туристические поездки, развлечения (аттракционы, аквапарк и т. п.); деловые поездки, деловые встречи и обмен опытом; образовательные услуги. Наиболее востребованные у гомельских студентов причины поездок в США: получение образования; семейный отдых, развлечения; для деловых встреч, обмена опытом; временной работы. Наиболее востребованными причинами для поездок в Россию у молодых гомельчан являются: навестить родственников; временная работа; деловые встречи; семейный отдых и спортивный характер поездок.

Наиболее востребованные причины поездок гомельских студентов в Польшу: приобрести одежду и бытовую технику; для временной работы; туризм, получение образования. В Украину студенческая молодежь Гомеля собирается ехать со сле-

дующими целями: приобретение одежды, продуктов питания и бытовой техники; навестить родственников, друзей, знакомых; для семейного отдыха, туризма, в том числе событийного, религиозного.

Таблица 4

Распределение ответов на вопрос: «С какими целями Вы бы хотели посетить указанные страны?» (варианты ответов белорусских (гомельских) студентов), %

Цели, с которыми Вы бы хотели посетить (посещаете) страны	Россия	Украина	Польша	Страны Западной Европы	США
1. Навестить родственников, друзей, знакомых	52	23	3	7	7
2. Приобрести продукты питания	14	28	20	11	2
3. Приобрести одежду	19	31	29	16	17
4. Приобрести бытовую технику	19	17	21	17	6
5. Развлечения (аттракционы, аквапарк и т. п.)	18	18	12	40	37
6. Семейный отдых	27	27	24	46	29
7. Туризм, в том числе событийный, религиозный	19	17	26	45	32
8. Спортивный характер поездок (соревнования, тренировки)	20	9	5	21	16
9. Лечение, получение медицинских услуг	5	0	8	35	19
10. Учеба (получение образовательных услуг)	7	1	20	37	32
11. Деловые встречи (в том числе командировки и обмен опытом)	25	8	20	39	27
12. Работа (временная)	26	6	22	31	26
13. Создать семью	13	7	11	19	13
14. Переехать на постоянное место жительства	13	1	16	31	19
<i>Итого</i>	277	195	238	394	282

Представленные в табл. 5 результаты анкетного опроса свидетельствуют о том, что в представлении украинских студентов «страной обетованной» для них является западная соседка – Польша. Почти две трети (60 %) молодых украинских респондентов желают найти в Польше временную работу, почти столько же готовы навестить знакомых, родственников, друзей.

Почти половина украинских респондентов рассматривают Польшу как объект туризма и место приобретения продуктов питания. Беларусь в суммарном рейтинге причин посещения зарубежных стран украинцы определили на второе место. Для украинских студентов Беларусь представляет интерес как страна, где следует приоб-

ретать продукты питания, одежду и бытовую технику; как страна для деловых встреч, семейного отдыха, общения с родственниками, друзьями и переезда на постоянное место жительства.

И в данном случае украинские респонденты определили особое отношение к своей восточной соседке – России. Черниговские студенты не указали ни одной значимой причины или повода для поездки в Россию. Только 10 % респондентов в качестве цели посещения России отметили возможность навестить родственников, друзей, знакомых (для сравнения – на эту же причину посещения Украины указали 7 % молодых смолян).

Таблица 5

Распределение ответов на вопрос: «С какими целями Вы бы хотели посетить указанные страны?» (варианты ответов украинских (черниговских) студентов), %

Цели, с которыми Вы бы хотели посетить (посещаете) страны	Россия	Украина	Польша	Страны Западной Европы	США
1. Навестить родственников, друзей, знакомых	10	26	59	26	14
2. Приобрести продукты питания	0	67	45	9	15
3. Приобрести одежду	0	22	22	22	22
4. Приобрести бытовую технику	0	23	16	20	11
5. Развлечения (аттракционы, аквапарк и т. п.)	0	13	9	5	63
6. Семейный отдых	0	24	29	62	20
7. Туризм, в том числе событийный, религиозный	1	9	49	38	22
8. Спортивный характер поездок (соревнования, тренировки)	2	13	9	7	27
9. Лечение, получение медицинских услуг	0	11	12	22	8
10. Учеба (получение образовательных услуг)	0	9	11	20	50
11. Деловые встречи (в том числе командировки и обмен опытом)	0	53	20	17	10
12. Работа (временная)	0	16	60	33	12
13. Создать семью	0	11	8	4	10
14. Переехать на постоянное место жительства	0	18	12	15	1
<i>Итого</i>	13	315	360	300	284

Подводя итоги исследования, следует отметить, что в социологическом исследовании:

1. Подтверждена гипотеза о существовании у студенческой молодежи Беларуси, Украины и России следующей шкалы этнической социальной дистанции: готовность породниться (создать семью); готовность вместе отдыхать, отмечать праздники; готовность жить по-соседству, на одной лестничной площадке; готовность вместе работать.

2. Не нашла подтверждение гипотеза о существовании у восточных славян такой части шкалы этнической социальной дистанции, как готовность учиться, учить у других своих детей, перенимать опыт работы.

3. Подтверждена положительная социокультурная комплиментарность между молодыми россиянами и белорусами, между украинцами и белорусами. При этом и украинская, и российская студенческая молодежь видят в белорусах желанного партнера по социокультурному взаимодействию.

4. Выявлена тенденция к разрушению положительной комплиментарности, объединявшей ранее студенческую молодежь России и Украины в реальной практике взаимодействия.

Еще совсем недавно очевидная положительная комплиментарность, объединяющая россиян и украинцев, в реальной практике взаимодействия студенческой молодежи России и Украины постепенно разрушается. Этому способствует ряд причин, в том числе и снижение количества реальных площадок для социокультурного российско-украинского взаимодействия, ограничивающиеся взаимные контакты. Ослабевает объединяющее ранее славянские нации использование украинцами русского языка как основного в повседневном общении. Результатами межнационального социологического исследования установлено, что Беларусь и ее молодые представители – студенческая молодежь объективно являются реальным мостиком, связующим звеном, способными реанимировать, оживить социокультурные интеграционные процессы населения приграничных регионов трех восточнославянских народов: россиян, украинцев и белорусов.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ ПОСРЕДСТВОМ ВНЕДРЕНИЯ ИНСТРУМЕНТОВ ЭЛЕКТРОННОГО МАРКЕТИНГА

М. В. Яцухно, Е. Н. Карчевская

Учреждение образования «Гомельский государственный технический университет имени П. О. Сухого», Республика Беларусь

Электронный маркетинг (англ. Electronic Marketing) – комплекс мероприятий маркетинга компании, связанный с применением электронных средств. К электронным средствам относят персональный компьютер (ПК), карманный персональный компьютер (КПК), мобильный телефон, коммуникаторы, телефон, а также различные виды связи – интернет, фиксированную телефонную связь, мобильную связь.

Основными видами электронного маркетинга являются Интернет-маркетинг, мобильный маркетинг, телефонные справочные службы.