

# **ВВГУ**

ФГБОУ ВО «Владивостокский государственный университет»

## **XXV**

Материалы Международной научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых

# **ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ВУЗОВ –**

**НА РАЗВИТИЕ  
ДАЛЬНЕВОСТОЧНОГО  
РЕГИОНА РОССИИ  
И СТРАН АТР**

4–7 апреля  
2023 г.  
В четырех томах

Том 3

ISBN 978-5-9736-0710-4 (Т. 3)



9 785973 607104



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования «Владивостокский государственный университет»

---

**ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ВУЗОВ –  
НА РАЗВИТИЕ ДАЛЬНЕВОСТОЧНОГО РЕГИОНА  
РОССИИ И СТРАН АТР**

Материалы XXV международной научно-практической  
конференции студентов, аспирантов и молодых ученых  
4–7 апреля 2023 г.

Том 3

Под общей редакцией д-ра экон. наук Т.В. Терентьевой

Электронное научное издание

Владивосток  
Издательство ВВГУ  
2023

УДК 378.4  
ББК 74.584(255)я431  
И73

**Интеллектуальный потенциал вузов – на развитие Дальне-  
И73 восточного региона России и стран АТР : материалы  
XXV международной науч.-практ. конф. студентов, аспирантов и молодых  
ученых (г. Владивосток, 4–7 апреля 2023 г.) : в 4 т. Т. 3 / под общ. ред. д-ра  
экон. наук Т.В. Терентьевой ; Владивостокский государственный университет ;  
Электрон. текст. дан. (1 файл: 6,08 МБ). – Владивосток: Изд-во ВВГУ, 2023. –  
1 электрон., опт. диск (CD-ROM). – Систем. требования: Intel Pentium (или ана-  
логичный процессор других производителей), 500 МГц; 512 Мб оперативной  
памяти; видеокарта SVGA, 1280×1024 High Color (32 bit); 5 Мб свободного дис-  
кового пространства; операц. система Windows XP и выше; Acrobat Reader, Foxit  
Reader либо любой другой их аналог.**

ISBN 978-5-9736-0710-4

DOI: <https://doi.org/10.24866/0710-4>

Включены материалы XXV международной научно-практической конференции сту-  
дентов, аспирантов и молодых ученых «Интеллектуальный потенциал вузов – на развитие  
Дальневосточного региона России и стран АТР», состоявшейся во Владивостокском государ-  
ственном университете (г. Владивосток, 4–7 апреля 2023 г.).

Том 3 включает в себя следующие секции:

- ФИЛОСОФСКИЕ КОНТЕКСТЫ СОВРЕМЕННОСТИ.
- ПСИХОЛОГИЯ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ.
- ИННОВАЦИИ В ИНДУСТРИИ МОДЫ.
- КУЛЬТУРА В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ
- АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ АРХИТЕКТУРЫ.
- КАЧЕСТВО УСЛУГ И ТЕХНОЛОГИЙ.
- СОВРЕМЕННЫЕ ТРЕНДЫ РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКИХ ДЕСТИНАЦИЙ.
- ОРГАНИЗАЦИЯ ТРАНСПОРТНЫХ ПРОЦЕССОВ.
- ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА (КОНЦЕПЦИИ, ИННОВАЦИИ, ТЕХНОЛОГИИ).
- ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА И СПОРТ – НОРМА СОВРЕМЕННОЙ ЖИЗНИ.
- СОВРЕМЕННЫЙ СПОРТ.

УДК 378.4  
ББК 74.584(255)я431

---

Электронное учебное издание

Минимальные системные требования:

Компьютер: Pentium 3 и выше, 500 МГц; 512 Мб на жестком диске; видеокарта SVGA, 1280×1024 High Color (32 bit); привод CD-ROM. Операционная система: Windows XP/7/8.

Программное обеспечение: Internet Explorer 8 и выше или другой браузер; Acrobat Reader, Foxit Reader либо любой другой их аналог.

ISBN 978-5-9736-0710-4

© ФГБОУ ВО «Владивостокский государственный университет», оформление, 2023  
Под общей редакцией д-ра экон. наук Т.В. Терентьевой

Компьютерная верстка М.А. Портновой

690014, г. Владивосток, ул. Гоголя, 41

Тел./факс: (423)240-40-54

Подписано к использованию 10 октября 2023 г.

Объем 6,08 МБ. Усл.-печ. л. 30,26

Тираж 300 (I–25) экз.

## СОДЕРЖАНИЕ

Секция. Философские контексты современности	7
Философия феминизма: объективация женщин в массовой культуре	7
А.О. Москвитина бакалавр	7
Искусственный интеллект: возможности моделирования мышления человека	10
Ю.О. Полищук бакалавр	10
Концептуальные подходы к реализации молодежной политики в России	14
С.С. Сергутин, П.А. Шрейдер бакалавры	14
ТРАНСФОРМАЦИЯ ГУМАННОСТИ КАК НРАВСТВЕННОГО ПРИНЦИПА В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ	17
Р.Е. Сютик студент	17
Секция. Психология на современном этапе	21
Самооценка у школьников с разными параметрами самораскрытия способностей	21
О.Д. Волкова бакалавр	21
Роль метакогнитивных свойств личности в изучении математики	24
Д.Д. Дейкун магистрант	24
ЛИЧНОСТНО-ОРИЕНТИРОВАННОЕ ОБУЧЕНИЕ НА ПРИМЕРЕ ТЕХНОЛОГИИ И.С.ЯКИМАНСКОЙ	26
Е.М. Камилавочникова бакалавр	26
Взаимосвязь между социально-психологической дистанцией в детско-родительских отношениях и уровнем доверия человека к окружающим	29
В.А. Почапский, А.А. Елшина бакалавры	29
Профессиональное самоопределение будущего педагога-психолога	33
Е.С. Стасюк бакалавр	33
Использование VR-технологий в психотерапии и психологическом консультировании в России и за рубежом: сравнительный анализ	37
З.Д. Фоминов студент	37
Взаимосвязь стратегий совладающего поведения и стилей юмора у молодых людей	42
Е.Ю. Хомякова бакалавр	42
Педагогические основы формирования у школьников готовности к профессиональному выбору	47
А.А. Шинковская бакалавр	47
Секция. Инновации в индустрии моды	51
Психологическое состояние в профессиональной деятельности у диспетчеров аэропорта города Владивостока	51
А.С. Высоцкая бакалавр	51
Выбор конструктивно-технического решения корсетных изделий с учетом адресного проектирования	55
А.К. Овчинникова бакалавр Е.А. Розанова канд. техн. наук, доцент	55
Разработка классификаций кружевных полотен на основе ретроспективного анализа	59
Н.А. Савинова магистрант Е.А. Розанова канд. техн. наук, доцент	59
Выявление мнения жителей г. Владивостока об имидже магазинов одежды российских брендов	63
Д.В. Шаймуратова бакалавр Л.А. Мельникова канд. культурологии, доцент	63
Секция. Культура в современном мире	68
Портрет студента ВВГУ с точки зрения предпочтений в кино	68
А.Э. Антонюк, Д.Д. Соломова, В.С. Лазарев бакалавры	68
Современные приёмы построения диджитал-коммуникации в образовательном пространстве на примере ВВГУ	71
А.Д. Зиновьева бакалавр Т.В. Метляева канд. культурологии, доцент	71

3. Digital-коммуникации как инструмент продвижения товаров и услуг в сфере B2B. – Текст: электронный. – URL: [https://revolution.allbest.ru/marketing/01184325\\_0.html](https://revolution.allbest.ru/marketing/01184325_0.html)
4. Борцова Е.С. История понятия «Коммуникация» в науке, философии, методологии и социальном управлении // Вестник Московского государственного университета печати. – 2015. – № 2
5. Гавра Д.П. Основы теории коммуникации: учебное пособие. Стандарт третьего поколения. – Санкт-Петербург: Питер, 2011. – 288 с.
6. Артюшина Е.В., Коренькова М.М. Исследование факторов удовлетворённости потребителей развитием диджитал-коммуникаций: ожидания и реальность // Вестник института социологии. – 2021. – Т. 12, № 1. – С. 118–135.
7. Никифорова С.В., Совершаева С.В. Эффективность маркетинговых коммуникаций в диджитал-среде
8. Алешугина Е.А., Ваганова О.И., Прохорова М.П. Методы и средства оценивания образовательных результатов студентов вуза // Проблемы современного педагогического образования. – 2018. – № 59-3. – С. 13–16.
9. Кропачева Д.С. Эффективность каналов коммуникации как элемента социального капитала организации (на примере ПГНИУ) // Актуальные проблемы развития человеческого потенциала в современном обществе. – 2020. – С. 172–176.
10. Кропачева Д.С. Эффективность каналов коммуникации как элемента социального капитала организации (на примере ПГНИУ) // Актуальные проблемы развития человеческого потенциала в современном обществе. Материалы VII Всероссийской (с международным участием) научно-практической конференции. – 2020. – С. 172–176.

УДК 37.013.43

## ВЫЯВЛЕНИЕ РЕГИОНАЛЬНОЙ И СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ СТУДЕНТОВ ВВГУ

**В.А. Мигашко**

бакалавр

**И.С. Кочеткова**

канд. ист. наук, доцент

*Владивостокский государственный университет  
Владивосток. Россия*

*В статье проведён анализ региональной и социокультурной идентичности студентов Колледжа индустрии моды и красоты ВВГУ. В качестве инструментария использованы несколько вариантов опросника, в частности исследование А.Е. Кузнецова, О.А. Сычева, Н.Л. Зелянской и К.И. Белоусова, разработавших русскоязычную версию шкалы региональной идентичности Р. Асуна, К. Суньяга и Х.-Ф. Моралеса. Ещё одним вариантом явился опросники идентификации с регионом, представленный А.Н. Махининым и М.С. Коваленко. Использование данного инструментария позволило рассмотреть социокультурную и региональную идентичность студентов колледжа ВВГУ с позиций принадлежности региону, идентификации с территорией, культурой и населением региона.*

**Ключевые слова:** *региональная идентичность, социокультурная идентичность, территориальная идентичность, региональная культура, образ региона.*

## REVEALING THE SOCIO-CULTURAL IDENTITY OF VSGU STUDENTS

*The article analyzes the regional and socio-cultural identity of the students of the College of Fashion and Beauty Industry VVSU. Several variants of the questionnaire were used as instruments, in particular the study of A.E. Kuznetsov, O.A. Sychev, N.L. Zelyanskaya and K.I. Belousov, who developed a Russian version of Asún, C. Zúñiga, and J.-F. Morales regional identity scale. Another option was the questionnaire of denotation with the region, presented by A.N. Makhinin and M.S. Kovalenko. The use of this toolkit allowed to consider socio-cultural and regional identity of VVSU college students from the position of belonging to the region, identification with the territory, culture and population of the region.*

**Keywords:** *regional identity, socio-cultural identity, territorial identity, regional culture, image of the region.*

### **Введение**

Характерной чертой современности является активная социальная мобильность населения. В данной статье рассматривается региональная и социокультурная идентичность как важный ценностно-смысловой компонент любого народа. Региональная идентичность и её важный аспект – социокультурная идентичность, характеризуются как структурно-подвижный феномен, что может проявляться в дифференцированном отношении индивида к своему месту жительства, природе, культуре, истории и населению. Настоящая статья посвящена задаче выявления характеристик степени принадлежности студенческой молодёжи к указанным выше структурным составляющим. Инструментом исследования региональной и социокультурной идентичности, выступают разработанные отечественными авторами методики.

### **Методология**

В качестве инструментария использованы несколько вариантов опросника, в частности исследование А.Е. Кузнецова, О.А. Сычева, Н.Л. Зелянской и К.И. Белоусова, разработавших русскоязычную версию шкалы региональной идентичности Р. Асуна, К. Суньига и Х.-Ф. Моралеса. Еще одним вариантом явился опросник идентификации с регионом, представленный А. Н. Махининым и М.С. Коваленко. Процедура сбора данных была реализована автором статьи с помощью опроса, проведённого в формате онлайн среди студентов колледжа ВВГУ. Участие в опросе было добровольным. Использование данного инструментария позволило рассмотреть региональную и социокультурную идентичность студентов Колледжа индустрии моды и красоты ВВГУ с позиций принадлежности к региону, идентификации с территорией, культурой и населением региона.

### **Основная часть**

В теоретическом ключе культурная идентичность рассматривается с разных методологических точек зрения и активно связана с психологией, социологией, философией и этнографией. Впервые в научный оборот понятие «идентичность» ввел З. Фрейд как маркер сохранения своей связи с этнической культурой [5, с. 25]. Понятие «идентичность» означает тождественность, одинаковость и связано с процессом идентификации (сопоставления одного субъекта с другим, проявления общих или специфических черт). В.С. Жидков основами культурной идентичности называет ее маркеры, к которым относит: землю предков (территорию); историю, прочитанную сквозь общественные идеалы и ценности; язык и культуру; национальный характер как доминирующую психологическую черту» [5, с. 26]; М.В. Заковоротная считает, что идентичность – это результат сохранения себя, а идентификация – механизм, процесс постоянного выбора, принятия норм, установок и традиций [3];

– как реальность, обобщающая процесс идентификации. Отсюда следует, что культурная идентификация представляет собой связь индивидуума с конкретной культурой или культурным обществом. Культурная идентификация, являясь испытываемыми чувствами индивида внутри определенной культуры, воспитывает ценностное отношение индивида к самому себе, другим индивидам, социуму и обществу в целом [5, с. 25].

Идентификацию рассматривают как процесс одновременно объективный и субъективный. По мнению П. Бергера и Т. Лукмана, сведения о своей идентичности заимствуются и постигаются человеком из окружающего социума [5, с. 25]. Затем в ходе взросления человека его культурная идентификация обретает более осмысленную направленность.

В эмпирических исследованиях региональной идентичности не ограничиваются осознанием принадлежности к группе жителей региона и придают большое значение переживанию связи с его природой и культурой [1, с. 209]

Причастность к определенной культуре и территории – это не заложенное в культуре само воспроизводство заданных моделей идентичности [4, с. 90]. Это всегда осмысленное и деятельное участие.

В целом, региональную идентичность рассматривают как вид или аспект социокультурной идентичности, содержание которой представлено совокупностью локальных традиций определенной территории (региона), в том числе уникальных историко-культурных, общественных, символических, экономических или даже топографических характеристиках конкрет-

ной территории (региона). При этом исследователи отмечают существование различных подходов к определению региональной идентичности, так, в ряде работ, оно является синонимом таким понятиям, как «идентичность региона» и «имидж территории» [2].

### **Исследовательская часть**

Для выявления региональной и социокультурной идентичности молодежи, был проведен опрос 50 респондентов (студентов Колледжа индустрии моды и красоты ВВГУ).

78%, опрошенных удовлетворены качеством жизни, видят перспективу проживания в регионе.

81,3%, указали, что видят развитие Приморского края, улучшение качества жизни в нем.

62% подтверждают, что довольны происходящими культурными событиями во Владивостоке и в Приморском крае.

90% отметили, что им приятно, когда жители других субъектов РФ и иностранные гости оценивают наш край как интересный, видят его особенности.

56% респондентов чувствуют себя частью истории этого региона; 70% считают важным сохранять историческое наследие региона, чтобы как можно больше людей интересовались нашим краем и узнавали его.

При этом почти половина респондентов – 40,8% положительно ответили на вопрос о желании в ближайшее время переехать в другой регион. 54% не выбрали бы этот регион для проживания. 38% респондентов не устраивают культурные события, происходящие в регионе.

При выявлении культурных и социальных ассоциаций оказалось, что у 50% респондентов, г. Владивосток ассоциируется с морем и морским пейзажем. Самую высокую планку из числа известных личностей заняла музыкальная группа «Мумий Тролль», что составило 73%; у многих респондентов Владивосток ассоциируется с Владимиром Клавдиевичем Арсеньевым, который получил 52% голосов, 35% – ассоциируют Владивосток с личностью Геннадия Ивановича Невельского, а 33% – с Анной Ивановной Щетининой.

Одним из важных ресурсов формирования региональной идентичности является посещение культурных и культурно-образовательных учреждений. Одним из таких заведений является музей. Опрос показал, что 81% респондентов посещают музеи своего города, а 14% из них делают это очень часто. При этом 55% отвечающих при посещении музея заходят в сувенирный магазин. Это демонстрирует их желание ближе познакомиться с культурой и атрибутами края, возможно, приобрести вещь, которая будет напоминать о своей родной территории и поможет приобщиться к культурным особенностям края.

Исходя из результатов, можно сделать вывод, что многие молодые люди не чувствуют свою принадлежность к Приморскому краю, им не хватает событий и мероприятий, не устраивают аспекты проживания в данном регионе.

### **Вывод**

Подводя итоги проведенного исследования, можно сказать, у молодежи Приморского края неустойчивая идентификация, нет однозначной позиции.

Обладание социокультурной идентичностью помогает индивиду обрести позитивное чувство связи с родным сообществом, причастность к событиям, происходящим на «родной» территории.

Укреплять и повышать региональную и социокультурную идентичность следует в следующих аспектах идентичности: оценочном, эмоциональном и когнитивном.

В качестве рекомендаций можем выделить:

1. Позиционирование социокультурной среды как ресурса для жизнедеятельности и самореализации.
2. Воспитание чувства принадлежности и эмоциональной привязанности к жителям.
3. Позиционирование региона как уникального, обладающего своими характерными особенностями.

---

1. Кузнецов А.Е., Сычев О., Зелянская Н.Л., Белоусов К.. Русскоязычная версия шкалы региональной идентичности // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. – 2022. – № 1. – С. 204–225. – URL: <https://doi.org/10.14515/monitoring.2022.1.1842>.

2. Махинин А. Н., Коваленко М. С. Региональная идентичность как вид социокультурной идентичности: проблемы описания и диагностики // Ученые записки. Электронный научный журнал Курского государственного университета – 2021 г. – № 2 (58).