

тельство страны, которые и финансирует общественные программы. А получать заказы от государства и вносить свой вклад в развитие общества является составляющей положительной репутации организации. Компании заинтересованы в поддержании своего имиджа в глазах общества как компании активно ему помогающей, а не заботящейся только о получении прибыли.

Список литературы

1. *Агрба, А. А.* Механизмы создания и воздействия социальной рекламы в современной России и Испании: сравнительный анализ / А. А. Агрба // Культура и искусство. – 2018. – № 2. – С. 41–56.
2. *Буткевич, Ю. А.* Реклама как форма социальной коммуникации / Ю. А. Буткевич. – М.: Дана, 2011. – 540 с.
3. *Голенкова, З. Т.* Эффективность и качество социальной рекламы / З. Т. Голенкова, С. Б. Калмыков // Теория и практика общественного развития. – 2017. – № 3. – С. 9–19.
4. *Мелиховский, В. М.* Социальный маркетинг: теория и практика / В. М. Мелиховский. – Ярославль: Недра, 2016. – 64 с.
5. *Плетнева, Н. А.* Место социальной рекламы в системе рекламной деятельности / Н. А. Плетнева // Маркетинг в России и за рубежом. – 2018. – № 3. – С. 41–44.

Соболько А. И.,

студент 3 курса специальности «Социология»
специализации «Экономическая социология»,

Институт социально-гуманитарного образования УО «Белорусский
государственный экономический университет»,
член СНИЛ «Экономика, социум и личность», г. Минск

АДАПТАЦИЯ И ДЕЗАДАПТАЦИЯ НАСЕЛЕНИЯ В УМНОМ ГОРОДЕ

Умный город (от англ. Smart-city) – это взаимосвязанная система коммуникативных и информационных технологий с интернетом вещей (IoT), благодаря которой упрощается управление внутренними процессами города и улучшается уровень жизни населения.

Интеллектуальный город выполняет две важные задачи:

1. Сбор и передача данных представителям управления;
2. Налаживание обратной связи между администрацией и горожанами, благоустройство среды.

Плюсы Smart-city заключаются в повышении уровня жизни граждан и в уменьшении издержек рабочих процессов благодаря автоматизации деятельности, не требующей применения аналитических навыков.

Термин «умный город» был введен относительно недавно, и однозначного толкования этого понятия до сих пор нет. Однако эксперты сошлись в том, что основной источник управления Smart-city – данные о населении.

Цифровые города постоянно улучшают свои функции за счет непрерывной обработки и обновления сведений. Интегрированные датчики собирают информацию, полученную от жителей города и с помощью электронных устройств. После анализа собранных данных происходит оптимизация, решающая проблемы неэффективности.

В погоне за прибылью, многие корпорации, разрабатывающие программу «Умного города», не уделяют должного внимания вопросу конфиденциальности. С помощью использования умных устройств-датчиков пользователи предоставляют о себе информацию, которая потом попадает в базы данных – вне зависимости от того, хотят этого сами люди или нет. В связи с этим возникает проблема социальной адаптации и дезадаптации людей в «Умном городе». Готовы ли люди к вмешательству в их повседневную жизнь? Не станут ли граждане города инструментом для непредсказуемых целей? К чему приведут такие перемены? Насколько легко люди смогут приспособиться к ним? Какой бы совершенной не была программа, она может дать сбой, дав информацию злоумышленникам. Ведь насколько правильно будет работать программа неизвестно, будет ли она действительно помогать населению города или же будет работать против людей?

Самая большая проблема состоит в том, что не все слои населения города смогут приспособиться к нормам и ценностям нового, оптимизированного города. Люди могут не коммуницировать с датчиками, а ведь именно они передают информацию, обеспечивая интеграцию в обществе. Но не каждому по карману сегодня использовать новые технологии в обыденности. Что делать с такими людьми? Исключать ли их из умного города? Если эти «маргиналы» не смогут предоставлять о себе новую, свежую информацию, система занесет их в реестр неблагоприятных граждан. Занесение в этот реестр может привести в будущем к отказу им в работе, медицинской помощи, помощи правоохранительных органов. Или еще хуже, эти люди могут оказаться в тюрьме или вообще перестать существовать в умном городе, ведь информация от них не поступает. Таким образом, изменения социальной среды, связанные с активным использованием цифровых технологий, могут привести к нарушению процесса социальной адаптации тех лиц, которые не приспособились к переменам. Дезадаптация в данном случае может привести к социальной эксклюзии аутсайдеров. Следовательно, необходимо тщательно исследовать адаптационные механизмы горожан перед внедрением программ «Умного города» [2].

Указанная выше проблема актуальна не только для неблагополучных, с точки зрения концепции «умного города», слоев населения, но и для вполне успешных людей, так как каждый гражданин может столкнуться с проблемой воровства личной информации и последующей продаже ее на «черном» рынке. Не стоит забывать, что мы не можем на сто процентов положиться на честность авторов программы. В их руках будет находиться информация обо всем и обо всех. Другими словами, личные предпочтения

всех граждан будут храниться на серверах компаний. Это позволит крупным компаниям спекулировать имеющейся у них информацией, личными тайнами. Такие компании приобретут превосходство над всеми, мировое могущество. Глобальная монополия будет управлять всем миром. На рынке самой сильной валютой станут знания. Данные вопросы как никогда актуальны для современного общества, поскольку мы живем в эпоху бурного развития технологий. Решение этих вопросов должно стать приоритетным при создании и внедрении концепции «Умного города». Ведь эффективность применения данной концепции напрямую будет зависеть от того, насколько люди готовы к постоянному мониторингу их жизни. Внедрение таких программ в жизнь города и его граждан повлечет за собой много последствий, что обуславливает повышение интереса исследователей к данной проблематике.

Список литературы

1. *Леверовская, Я. В.* Социальная адаптация / Я. В. Леверовская, В. А. Балцевич, С. Я. Балцевич // Социология: энциклопедия / сост. А. А. Грицанов [и др.]. – Минск: Книжный дом, 2003. – С. 941–942.

2. Социальная адаптация и социальная дезадаптация – сущность и основные виды. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: zakazat.by/bgufk/vitebskij-gosudarstvennyj-univer-sitet-im-p-m-masheroва/fakultet-sotsialnoj-pedagogiki-i-psikhologii/296-lektsiya-sotsialnaya-adapta. – Дата доступа: 26.06.2020.

3. *Шпак, Л. Л.* Социальная дезадаптация: признаки, механизмы, уровни // Научная статья. – Режим доступа: ecsocman.hse.ru/data/2011/07/07/1267417925/Shpak.pdf. – Дата доступа: 24.06.2020.

Стургияш Д. М.,

студентка 3 курса специальности «Социология»
специализации «Экономическая социология»,

Институт социально-гуманитарного образования УО «Белорусский
государственный экономический университет»,
член СНИЛ «Экономика, социум и личность», г. Минск

ФОРМИРОВАНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОГО МЫШЛЕНИЯ УЧАЩИХСЯ В СИСТЕМЕ ОБРАЗОВАНИЯ

Само по себе мышление возникает в тех случаях, когда человеку приходится решать некоторые задач. В свою очередь решение конкретных задач придает мышлению специфический характер.

Экономика и образование находятся в постоянном процессе взаимодействия и взаиморазвития. Главной целью образовательной деятельности становится целенаправленное воспитание личности. При этом воспитание должно быть направлено на формирование таких качеств, как высокая нравственность поведения, общая культура, инициативность, творческая