современной критической теории (Г. Ловинк, К. Фукс, Н. Больц, Н. Дайер-Уайтфорд и др.), глубокое, всестороннее, систематическое исследование интернета и социальных медиа, выявление их места и роли в современном обществе крайне затруднительно без теоретических ресурсов философии К. Маркса.

Так, К. Фукс и Н. Дайер-Уайтфорд [1] выделяют следующие философские идеи К. Маркса, которые оказались чрезвычайно своевременными в контексте проблем современного общества: глобализация капитализма и идея международной солидарности как формы сопротивления; предвосхищение значимости технологий, знаний и СМИ марксистским акцентом на механизмах, средствах коммуникации и интеллекте в целом; актуализация экологическим кризисом темы, проходящей «красной нитью» через все марксовы работы: антагонизм между индустриализмом и природой; существенное ухудшение экономического положения отдельных категорий общества в условиях цифрового капитализма предполагает возобновление интереса к классовой концепции; глобальный экономический кризис 2008 года показал значимость марксистской концепции кризиса; возобновление интереса к концепции империализма в контексте борьбы с терроризмом и его последствиями.

Кроме того, К. Фукс и Н. Дайер-Уайтфорд проводят обстоятельный анализ применения ключевых философских идей и методологических принципов К. Маркса в контексте интернет-исследований, раскрывая при этом их эвристический потенциал. К примеру, диалектический подход при исследовании цифровых технологий позволяет эксплицировать их амбивалентную природу: бесплатный доступ к сервисам Google, с одной стороны, сопровождается онлайн-слежкой и коммерциализацией, что приводит к коммодификации конфиденциальности и экономической эксплуатации пользователей, а, с другой стороны, именно свободный доступ к интернету содержит в себе потенциал для прогрессивных социальных изменений и возникновения альтернативных принципов мироустройства.

Таким образом, в контексте интернет-исследований обращение к концептуально-методологическим ресурсам философии К. Маркса представляется чрезвычайно продуктивным, поскольку позволяет раскрыть механизмы формирования капитализмом интернета и социальных медиа, учитывая при этом и их обратное воздействие; концептуализировать отношения между интернетом и обществом не как одномерные, а как сложные, динамичные и противоречивые; выявить властные структуры и практики в интернете; активизировать интернет-борьбу против логики господства-подчинения и осуществить поиск способов использования интернета для эмансипации людей от угнетения, неравенства и эксплуатации.

Список использованных источников

1. Fuchs, C., Dyer-Witheford, N. Karl Marx @ Internet Studies [Электронный ресурс] / C. Fuchs, N. Dyer-Witheford. – Режим доступа: https://fuchsc.net/wp-content/NMS_FDW.pdf. – Дата доступа: 10.03.2026.

И. И. Рифицкая,
кандидат психологических наук,
Академия управления при Президенте Республики Беларусь (г. Минск)

ВНУТРИОРГАНИЗАЦИОННЫЕ КОММУНИКАЦИИ КАК ИНСТРУМЕНТ ФОРМИРОВАНИЯ ЛОЯЛЬНОСТИ ПЕРСОНАЛА

В современных условиях трансформации рынка труда, распространения гибридных форматов занятости и изменения ожиданий сотрудников вопросы удержания талантливых специалистов приобретают критическую значимость для организаций. Лояльность персонала рассматривается не просто как желательный атрибут корпоративной культуры, но как стратегический ресурс, обеспечивающий устойчивость бизнеса, снижение затрат на подбор и адаптацию, а также повышение общей эффективности деятельности. Одним из ключевых

факторов, влияющих на формирование лояльности, выступают внутриорганизационные коммуникации, которые создают основу для прозрачности, доверия и вовлеченности сотрудников.

Белорусские организации в последние годы демонстрируют активный поиск эффективных моделей внутриорганизационных коммуникаций, что обусловлено как глобальными тенденциями цифровизации, так и специфическими локальными вызовами. Одной из наиболее острых проблем, с которой сталкиваются белорусские организации, является фрагментация коммуникаций, когда сотрудники используют множество разрозненных каналов для решения рабочих вопросов. Для решения данной проблемы компании внедряют коробочную версию «Битрикс24» – облачная платформа для управления бизнесом и совместной работы компаний. Она объединяет в одном «окне» все необходимые инструменты для коммуникации сотрудников, управления проектами, автоматизации продаж и взаимодействия с клиентами. Результатом внедрения стало не только сокращение времени на поиск информации и уменьшение количества «человеческих» ошибок, но и повышение прозрачности коммуникаций, что является важным фактором формирования доверия к руководству и, следовательно, лояльности персонала [1].

Для организаций с разветвленной филиальной сетью особую значимость приобретает обеспечение эффективной связи между удаленными подразделениями. Торговая сеть ОМА, крупнейшая в Беларуси, столкнулась с необходимостью наладить совместную работу персонала при территориальной удаленности офисов и большом количестве торговых объектов. Проблема усугублялась тем, что коммуникации осуществлялись через несколько разнородных сервисов, что не позволяло создать единое пространство для совместной работы. Внедрение комплексной платформы Microsoft 365 с сервисом Microsoft Teams позволило компании решить эту проблему. Teams объединил в себе чаты, видео- и аудиозвонки, собрания, хранилище файлов и планировщик задач. Благодаря тому, что офисы ОМА находятся в разных районах Минска и городах Беларуси, Teams помог экономить на звонках и всегда оставаться на связи. Для быстрой коммуникации сотрудники получили возможность создавать беседы с отделом закупок, маркетингом, бухгалтерией или руководством для обсуждения срочных задач [2].

Таким образом, внутриорганизационные коммуникации в современном бизнес-пространстве выступают не просто вспомогательным инструментом управления, а фундаментальным фактором, определяющим устойчивость организации и ее способность удерживать ключевых сотрудников.

Список использованных источников

1. Раткевич, А. Л. Современные тренды внутриорганизационных коммуникаций в системе управления персоналом / А. Л. Раткевич // Тенденции экономического развития в XXI веке : материалы V Междунар. науч. конф., Минск, 1 марта 2023 г. – Мн. : БГУ, 2023. – С. 412–416.

2. Softline помог решить проблему унификации коммуникаций в ОМА. – URL: https://softline.ru/about/news/softline-pomogla-kompanii-oma-povyisit-kachestvo-vnutrennih-i-vneshnih-kommunikatsiy / (дата обращения: 05.03.2026).

Е. В. Савлукова,
ассистент кафедры философии,
БГЭУ (г. Минск)
e-mail: merryelizabeth@mail.ru

СУБЪЕКТ МЕТАМОДЕРНА В ПАРАДИГМЕ КВАНТОВОЙ ОНТОЛОГИИ

Традиционная метафизика опирается на детерминизм, где субъект либо обладает доступом к абсолюту, либо констатирует его отсутствие. В рамках современных социокультурных условий метамодерна появляется необходимость в использовании новой объяснительной модели.