

**Перечень рекомендуемых направлений и примерных тем исследований
ВКР
по направлению подготовки 39.03.01 «Социология», бакалавриат
на 2026-2027 учебный год¹**

Примерная тематика ВКР по профилю «Экономическая социология»

1. Потребительское поведение студентов московских вузов на рынке туристических услуг (на примере студентов Финансового университета при Правительстве Российской Федерации).
2. Внедрение искусственного интеллекта в образовательный процесс Финуниверситета: практики, проблемы и перспективы.
3. Влияние пенсионной реформы на формирование жизненных стратегий студенческой молодёжи (на примере студентов Финансового университета при Правительстве Российской Федерации).
4. Предпринимательские установки российской студенческой молодёжи экономических и неэкономических специальностей (на примере студентов Финансового университета при Правительстве Российской Федерации).
5. Влияние интернет рекламы в продвижении малого бизнеса молодежи (на примере студентов Финансового университета при Правительстве Российской Федерации).
6. Доверие молодых предпринимателей к реализуемой политике в отношении бизнеса (на примере московского отделения «Деловой России»).
7. Социальные механизмы производства доверия и взаимопонимания в молодежной среде/в вузе (на примере студентов Финансового университета при Правительстве Российской Федерации).
8. Экономические и неэкономические стимулы, мотивирующие выбор профессии старшеклассниками и студентами (на примере школьников муниципального образования «Аэропорт» г.Москвы).
9. Влияние образовательной среды вуза на формирование готовности студенческой молодёжи к самореализации в цифровой экономике (на примере студентов Финансового университета при Правительстве Российской Федерации).
10. Молодежь в науке: современные практики и барьеры интеграции молодых исследователей в академическую среду.
11. Онлайн-реклама, как ключевой фактор формирования потребительского поведения молодёжи в сети Интернет (на примере

¹ В каждой теме в названии или в скобках после названия ОБЯЗАТЕЛЬНО указать субъект анализа (организации, категория индивидов, например (на примере студентов Финуниверситета))

студентов Финансового университета при Правительстве Российской Федерации).

12. Формирование человеческого капитала студенческой молодежи на рынке вторичной занятости (на примере студентов Финансового университета при Правительстве Российской Федерации).

13. Доверие студенческой молодёжи к рекрутинговым Интернет-ресурсам (на примере студентов Финансового университета при Правительстве Российской Федерации).

14. Сберегательные модели поведения молодежи (на примере студентов Финансового университета при Правительстве Российской Федерации).

15. Включенность студенческой молодежи в Программу долгосрочных сбережений: информированность, мотивация и барьеры.

16. Формирование рынка труда в условиях развития онлайн-образования (на примере студентов Финансового университета при Правительстве Российской Федерации).

17. Тенденции культурного потребления студентов Финансового университета при Правительстве Российской Федерации в условиях трансформации общества.

18. Особенности влияния Интернет-рекламы для формирования потребительского поведения студентов Финансового университета при Правительстве Российской Федерации.

19. Влияние Digital-технологий на формирование финансовой культуры столичной молодёжи (на примере студентов Финансового университета при Правительстве Российской Федерации).

20. Оценка склонности населения к потреблению и сбережению в России (на примере преподавателей Финансового университета при Правительстве Российской Федерации).

21. Образовательная миграция столичной студенческой молодёжи – потенциальные и реальные масштабы (на примере студентов Финансового университета при Правительстве Российской Федерации).

22. Повседневные практики интернет-потребления столичной молодежи (на примере студентов Финансового университета при Правительстве Российской Федерации).

23. Исследование инвестиционного поведения молодёжи г.Москвы (на примере студентов Финансового университета при Правительстве Российской Федерации).

24. Участие в студенческих организациях: причины и связь с планируемой карьерной траекторией (на примере студентов Финансового университета при Правительстве Российской Федерации).

25. Влияние корпоративной культуры на конкурентоспособность компании (на примере компании ООО «.....»).

26. Представление молодежи о трудовых гендерных ролях в браке (на примере студентов Финансового университета при Правительстве Российской Федерации).

27. Влияние хобби на профессиональную ориентацию студенческой молодежи (на примере студентов Финансового университета при Правительстве Российской Федерации).

28. Человеческий капитал как ресурс самореализации работника в компании (на примере Банка ВТБ (ПАО)).

29. Семейный банк: социальные роли и маски (на примере Банка ВТБ (ПАО)).

30. Готовность студентов ведущих ВУЗов г.Москвы к предпринимательской деятельности: мотивация, барьеры и практики (на примере студентов Финансового университета при Правительстве Российской Федерации).

31. Динамика формирования ориентации на профессию социолога (на примере студентов Финансового университета при Правительстве Российской Федерации).

32. Влияние самоуправления в вузе на формирование управленческого потенциала студента как фактор социально-экономического роста (на примере студентов Финансового университета при Правительстве Российской Федерации).

33. Развитие студенческого предпринимательства (на примере студентов Финансового университета при Правительстве Российской Федерации).

34. Социальные сети как инструмент формирования демонстративного потребления студенческой молодёжи (на примере студентов Финансового университета при Правительстве Российской Федерации).

35. Потребительская активность студентов Финансового университета при Правительстве Российской Федерации на рынке банковских карт.

36. Социально-экономические риски пользователей каршеринга в московском мегаполисе (на примере студентов московских вузов).

37. Социальные последствия функционирования рынка контрафактных лекарственных средств в Российской Федерации (на примере студентов Финансового университета при Правительстве Российской Федерации).

38. Риски вторичной занятости московских студентов (на примере студентов Финансового университета при Правительстве Российской Федерации).

39. Особенности сберегательного поведения молодёжи на примере студентов Финансового университета при Правительстве Российской Федерации.

40. Стратегии пенсионного поведения работающей молодёжи (на примере студентов Финансового университета при Правительстве Российской Федерации).

41. Риски предпринимательской деятельности молодых женщин (на примере ООО «Женская Лига»).

42. Влияние онлайн-покупок на формирование механизма потребительского поведения студентов Финансового университета при Правительстве Российской Федерации.

43. Цифровой рубль в потребительском поведении студенческой молодежи: потенциал, модели поведения и барьеры.

44. Социально-экономические факторы формирования потребительского поведения студентов на рынке фитнес услуг (на примере студентов Финансового университета при Правительстве Российской Федерации).

45. Экологичность поведения студентов Финансового университета при Правительстве Российской Федерации в транспортной sharing-экономике.

46. «Жизненный путь» студента с банковской картой (на примере студентов Финансового университета при Правительстве Российской Федерации).

47. Модели ведения бюджета среди студенческих пар, живущих без регистрации брака (на примере студентов Финансового университета при Правительстве Российской Федерации).

48. Кредитное поведение современной молодежи (на примере студентов Финансового университета при Правительстве Российской Федерации).

49. Бизнес в режиме онлайн: стратегии адаптации предпринимателей к рынку российских маркетплейсов.

50. Путь студентов московских вузов в предпринимательскую деятельность (на примере студентов Финансового университета при Правительстве Российской Федерации).

51. Социально-профессиональные эффекты вторичной занятости студентов Финансового университета при Правительстве Российской Федерации на рынке труда .

52. Социальные детерминанты кредитного поведения студентов Финансового университета при Правительстве Российской Федерации.

53. Социальные риски потребительского кредитования в молодежной среде (на примере студентов Финансового университета при Правительстве Российской Федерации).

54. Специфика самопрезентации студентов Финансового университета при Правительстве Российской Федерации в социальных сетях.

55. Профессиональная ориентация студентов-социологов Финансового университета при Правительстве Российской Федерации на рынок труда.

56. Социальные установки студентов Финансового университета при Правительстве Российской Федерации по использованию услуг каршеринга.

57. Формирование ценностно-мотивационной модели поведения у студентов Финансового университета при Правительстве Российской Федерации при создании семьи в условиях нового гендерного порядка.

58. Роль неакадемических факторов при выборе вуза студентами-социологами Финансового университета при Правительстве Российской Федерации.

59. Планирование молодежью Российской Федерации собственного пенсионного капитала (на примере студентов Финансового университета при Правительстве Российской Федерации).

60. Феномен доверия между работодателями и выпускниками вузов как критерий сбалансированности рынка труда (на примере студентов Финансового университета при Правительстве Российской Федерации).

61. Трансформация взглядов студентов Финансового университета при Правительстве Российской Федерации на динамически меняющийся рынок труда.

62. Факторы восприятия россиянами соотношения риска и доходности активов (на примере студентов Финансового университета при Правительстве Российской Федерации).

63. Вторичная студенческая занятость как фактор трудоустройства выпускников Финансового университета при Правительстве Российской Федерации.

64. Особенности адаптации иногородних студентов к новым условиям в мегаполисе (на примере студентов Финансового университета при Правительстве Российской Федерации).

65. Семейное воспитание как фактор формирования экологической культуры молодежи (на примере студентов Финансового университета при Правительстве Российской Федерации).

66. Мотивы предпринимательской деятельности студентов московских вузов.

67. Модели инвестиционного поведения студентов московских вузов в период до и после пандемии.

68. Влияние недобросовестных практик микрофинансовых организаций на социальное самочувствие граждан (на примере Рязанской области).

69. Трансформация практик занятости студентов в условиях санкционной политики (на примере студентов Финансового университета при Правительстве Российской Федерации).

70. Установки на потребление экотоваров студентами Финансового университета при Правительстве Российской Федерации.

71. Доверие студенческой молодежи к финансовым продуктам банков г.Москвы.

72. Готовность студенческой молодежи к использованию цифровых валют.

73. Готовность студентов Финансового университета при Правительстве Российской Федерации к трудоустройству по специальности.

74. Роль рекламы в социальных сетях в формировании здорового образа жизни у студентов Финансового университета при Правительстве Российской Федерации.

75. Включенность молодежи в формирование экономики шеринга (на примере студентов Финансового университета при Правительстве Российской Федерации).

76. Сберегательные установки студентов Финансового университета при Правительстве Российской Федерации в санкционной реальности.

77. Ценностные предпочтения московской молодежи в сфере туризма в современных условиях (на примере студентов Финансового университета при Правительстве Российской Федерации).

78. Профессиональные ожидания выпускников-социологов Финансового университета при Правительстве Российской Федерации в сфере самореализации на рынке труда.

79. Стереотипы в сфере занятости как причина гендерной сегрегации (на примере студентов Финансового университета при Правительстве Российской Федерации).

80. Развитие социального предпринимательства молодежи в условиях цифровой экономики (на примере студентов Финансового университета при Правительстве Российской Федерации).

81. Влияние динамики финансового рынка на изменение инвестиционного поведения студентов Финансового университета при Правительстве Российской Федерации.

82. Барьеры формирования профессиональной социализации студентов-социологов Финансового университета при Правительстве Российской Федерации.

83. Влияние блогосферы на изменение потребительского поведения студентов Финансового университета при Правительстве Российской Федерации в условиях пандемии.

84. Практики демонстративного потребительского поведения студенческой молодежи Финансового университета при Правительстве Российской Федерации.

85. Социальная адаптация иногородних студентов в Финансовом университете при Правительстве Российской Федерации.

86. Влияние Social Media на профессиональную ориентацию студентов Финансового университета при Правительстве Российской Федерации.

87. Адаптация студентов Финансового университета при Правительстве Российской Федерации к новым вызовам динамично меняющегося рынка труда.

88. Восприятие глобальных экономических рисков студентами Финансового университета при Правительстве Российской Федерации.

89. Готовность студентов Финансового университета при Правительстве Российской Федерации к созданию социальных стартапов.

90. Проявление девиаций в интернете в современной молодежной среде на примере студентов Финансового университета при Правительстве Российской Федерации.

91. Вторичная занятость студентов Финансового университета при Правительстве Российской Федерации как способ преодоления социально-экономического неравенства в студенческой среде.

92. Построение образовательных экосистем в организациях высшего образования на примере Финансового университета при Правительстве Российской Федерации.

93. Экологическая среда общения в социальных сетях Интернета (на примере студентов Финансового университета при Правительстве Российской Федерации).

94. Влияние дистанционного и онлайн образования на профессионализацию молодежи.

95. Влияние инстаграм-инфлюенсеров на формирование потребительских предпочтений у молодежи (на примере студентов Финансового университета при Правительстве Российской Федерации).

96. Потребление интернет-ресурсов как составляющая стиля жизни молодежи (на примере студентов Финансового университета при Правительстве Российской Федерации).

97. Мотивация родителей при выборе профессии детьми (на примере абитуриентов Финансового университета при Правительстве Российской Федерации).

98. Инклюзивная среда как фактор развития человеческого капитала лиц с инвалидностью (на примере студентов Финансового университета при Правительстве Российской Федерации).

99. Взаимодействие между рекламодателями и лидерами мнений на рынке рекламы в социальных сетях: на примере Инстаграм (на примере студентов Финансового университета при Правительстве Российской Федерации).

100. Карьерные стратегии студентов Финансового университета при Правительстве Российской Федерации (экономических и социальных специальностей).

101. Жилищные стратегии москвичей: почему молодые люди говорят «да» ипотеке? (на примере студентов Финансового университета при Правительстве Российской Федерации).

102. Жилищные стратегии москвичей: почему молодые люди говорят «да» шеринг отношениям? (на примере студентов Финансового университета при Правительстве Российской Федерации).

103. Институт репутации преподавателя вуза глазами студентов (на примере студентов Финансового университета при Правительстве Российской Федерации).

104. Особенности трудовой мотивации у современной студенческой молодежи (на примере студентов Финансового университета при Правительстве Российской Федерации).

105. Условия формирования стиля жизни студенческой молодежи в социальных сетях (на примере студентов Финансового университета при Правительстве Российской Федерации).

106. Понимание предпринимательства среди российских миллениалов (на примере студентов Финансового университета при Правительстве Российской Федерации).

107. Влияние социального капитала на трудовую мобильность в современной России (на примере студентов Финансового университета при Правительстве Российской Федерации).

108. Факторы этичного потребления в России (на примере студентов Финансового университета при Правительстве Российской Федерации).

109. Факторы и типы досугового поведения россиян (на примере студентов Финансового университета при Правительстве Российской Федерации).

110. Факторы, влияющие на успеваемость школьников младших и средних классов (на примере абитуриентов Финансового университета при Правительстве Российской Федерации).

111. Цифровая трудовая мобильность представителей творческих профессий под влиянием внешних шоков (на примере студентов Финансового университета при Правительстве Российской Федерации).

112. Адаптация потребительского поведения россиян в ответ на уход зарубежных брендов: на примере рынка одежды (на примере студентов Финансового университета при Правительстве Российской Федерации).

113. Баланс между работой и семьей: социальная политика компаний в поддержку женщин с детьми (на примере IT-компаний г.Москвы).

114. Взаимосвязь установок на здоровый образ жизни и практик здоровьесберегающего поведения среди молодых москвичей (на примере студентов Финансового университета при Правительстве Российской Федерации).

115. Паттерны профессионализации IT-аналитиков на российском рынке труда (на примере IT-компаний г.Москвы).

116. Карьерные стратегии россиян среднего и старшего возраста, переходящих в сферу IT из нетехнических профессий (на примере студентов Финансового университета при Правительстве Российской Федерации).

117. Внешность - новый soft skill? Роль внешнего вида кандидата в решении о его приеме на работу (на примере студентов Финансового университета при Правительстве Российской Федерации).

118. Формальные и неформальные практики регулирования социально-трудовых отношений волонтеров и нанимателей (на примере студентов Финансового университета при Правительстве Российской Федерации).

119. Ценностно формирующие роли каналов RUTube по экологическому поведению в рамках ESG-повестки в России (на примере студентов Финансового университета при Правительстве Российской Федерации).

120. Дополнительное образование работников в крупных компаниях: проблема баланса рабочего и личного времени (на примере компаний радиоэлектронной промышленности).

121. Медиапотребление в условиях кризиса: думскроллинг и избегание новостей (на примере студентов Финансового университета при Правительстве Российской Федерации).

122. Безопасность персональных данных в сети Интернет: представления и практики пользователей (на примере студентов Финансового университета при Правительстве Российской Федерации).

123. Кризис доверительной коммуникации врача и пациента (на примере молодых врачей хирургов).

124. Работа во время учебы: сочетания образовательной и профессиональной траекторий (на примере студентов Финансового университета при Правительстве Российской Федерации).

125. Мотивы участия студентов в фудшеринге в качестве донора (на примере студентов Финансового университета при Правительстве Российской Федерации).

126. Типы трудовых стратегий в ситуации профессиональной неопределенности студенческой молодежи (на примере студентов Финансового университета при Правительстве Российской Федерации).

127. Практики новостного медиапотребления молодых взрослых г.Москвы: выбор в условиях многообразия (media manifold)» (на примере студентов Финансового университета при Правительстве Российской Федерации).

128. Социальный аспект эффективности хакатона как инновационного инструмента управления человеческими ресурсами.

129. AI - помощник или замена? стратегии адаптации к использованию искусственного интеллекта студентами в образовательном процессе.

130. Цифровая экосистема университета глазами студентов и преподавателей: внедрение, эффективность, доступность, удобство.

131. Факторы восприятия молодежью будущего: на примере представлений студентов о своей будущей карьере

132. Ненормативная лексика: мода или укоренившаяся практика общения у молодежи?

133. Патриотическое потребление в России: формирование и общественное восприятие идеологии «покупай свое» у студенческой молодежи.

134. Брак или сожительство: Факторы выбора типа партнёрского союза у молодёжи.

135. Пересечение образовательной и брачной траекторий в жизненных планах студентов: исследование ожиданий и решений о вступлении в брак

136. Финансовая культура и цифровая безопасность: как студенты защищают свои деньги в интернете.

Примерная тематика ВКР по профилю «Социальная урбанистика и управление территориальным развитием»

1. Городская идентичность в условиях внутренней миграции: самоидентификация в ситуации переезда в новый город (на примере мигрантов, переехавших в Москву)

2. Модели социальной активности жителей в городской среде.

3. Повышение эффективности взаимодействия органов власти и населения.

4. Социальные аспекты формирования территориальной идентичности жителей.

5. Социальные аспекты формирования доверия населения к власти в городе.

6. Управление развитием туристской привлекательности города.

7. Специфика развития креативных индустрий в городе.

8. Факторы повышения эффективности социальных коммуникаций власти и городских жителей.

9. Факторы развития благоустройства городской среды.

10. Особенности организации досуга пожилых людей в городе.

11. Особенности культурно-досуговой активности молодежи в городской среде.
12. Организация спортивных мегасобытий как фактор развития города.
13. Социальные технологии развития событийного туризма в городе.
14. Социальные технологии продвижения бренда города в цифровых сообществах.
15. Спортивная инфраструктура города как фактор повышения качества жизни.
16. Влияние цифровых инструментов на развитие городской среды.
17. Социальные компоненты формирования имиджа города.
18. Оценка качества развития транспортной инфраструктуры в городе.
19. Управление развитием общественных пространств города.
20. Социальное партнерство бизнеса и власти в целях развития городской инфраструктуры.
21. Социальные технологии развития инфраструктуры малых городов.
22. Социальные риски в сфере градостроительства (на примере конкретного города).
23. Социальные ресурсы развития урбанизированных пространств.
24. Социальные инструменты развития инклюзивной городской среды.
25. Особенности потребления инфраструктурных услуг на примере социально-демографической группы.
26. Потенциал общественных пространств в развитии местных сообществ.
27. Влияние технологий умного города на изменения потребительских предпочтений горожан.
28. Влияние городской среды на здоровье горожан.
29. Роль местных сообществ в городском планировании.
30. Социальные технологии решения городских конфликтов.
31. Оценка влияния коммуникативной среды города на потребительские практики горожан.
32. Семантика городской среды в оценках молодежи.
33. Информационное пространство города и его влияние на молодежь.
34. Интеллектуальные технологии в развитии современных городов.
35. Медиа-дискурс урбанистических преобразований современных городских пространств (на примере города ...).
36. Использование цифровых технологий в повседневной жизни: город и сельская местность.
37. Опыт медиапотребления молодежи в городах России: осмысленные стратегии и повседневные практики.
38. Трансформация брачно-семейных отношений российских жителей городов и сел.

38. Адаптация религиозных практик к современным городским пространствам: практики, проблемы и перспективы.

39. Экосистемы в повседневной жизни горожан: распространенность и социальные эффекты.

40. Трансформация брачно-семейных отношений в России/ в молодежной среде (на примере некоторых регионов).

41. Влияние гендерных различий в отношении к браку, семье и многодетности на реализацию репродуктивных намерений.

42. Значимость культурных традиций народов России на отношение молодежи к браку и рождению детей.

43. Анализ репродуктивных установок сельских и городских жителей России (или отдельных регионов) / Дифференциация ценностных установок по отношению к деторождению в разрезе город/село.

44. Влияние материальных мер социальной поддержки на откладывание решения о рождении ребенка.

45. Трансформация ценностных установок относительно брачности и деторождения в России.

46. Отношение студенческой молодежи к совмещению получения образования и родительства.

47. Сравнительный анализ мер политики, направленной на совмещение родительства и карьеры, в различных странах мира.

Заказ примерных тем ВКР от ВЦИОМ

1. Социальные факторы повышения доверия к ИИ в здравоохранении: оценка рисков и выгод для пациентов и врачей, разработка протоколов коммуникаций.

2. Справедливость и прозрачность применения алгоритмов в образовании: социологическая оценка и рекомендации по ответственному внедрению.

3. Восприятие биометрии в российском обществе: баланс безопасности и приватности.

4. Цифровая грамотность российской молодежи и кибербезопасность: социальные факторы программы повышения навыков.

5. «Умные» колонки и дети: отношение родителей, риски и гайдлайны безопасного использования.

6. Индекс готовности XXXXX- отрасли к внедрению ИИ: методология, пилот и дорожная карта роста.

7. Удержание кадров в ИИ профессиях (можно и других – креативных, например): факторы удовлетворенности сотрудников и эффективности HR инструментов.

8. Цифровые страхи и недоверие к данным в сфере ... (выбрать сферу): сегментация барьеров и эффективные сообщения.

9. Развитие национального календаря прививок: поведенческие барьеры родителей и каналы информирования.

10. Молодежное курение и вейпинг: эффективность антеникотинových коммуникаций в социальных медиа.
11. Пластик и здоровье: восприятие рисков и гармоничная экологическая коммуникация.
12. Обучение российских школьников и студентов первой помощи: мотиваторы участия и эффективные форматы.
13. Здоровый образ жизни: персонализированная коммуникация и сервисы.
14. Доверие к источникам новостей: оптимальный медиамикс для проведения пропагандистских кампаний.
15. Сравнительная эффективность видео и текстов короткого формата в просвещении российской молодежи.
16. Российские онлайн видеосервисы: драйверы выбора и контент стратегии роста.
17. Ценности, герои и образы в современном патриотическом контенте: влияние рефрейминга.
18. Репрезентация социальных групп в российском кино и сериалах: влияние на установки молодежи.
19. Думскроллинг и тревожность в молодежной среде: мягкое подталкивание платформ к снижению перегруза аудитории.
20. Наставничество и карьерные треки: модели с наилучшим трудоустройством специалистов (указать отрасль).
21. Поддержка и снижение барьеров молодежного предпринимательства на ранних стадиях.
22. Мотивационные профили привлечения и удержания добровольцев.
23. Гейминг и киберспорт: социализирующие и образовательные эффекты и баланс рисков/выгод.
24. Эффективность антибуллинговых практик в школьной среде.
25. Возможности масштабирования мер поддержки психического благополучия студентов.
26. Долгосрочные сбережения населения в условиях высокой инфляции: сегментация по стратегиям финансового поведения.
27. Коммуникационный аспект порога восприятия молодежью уровня доходов в российском обществе.
28. Цифровые валюты: просвещение населения и коммуникации для снижения рисков.
29. Роли маркировки и доверия в предпочтении отечественной продукции (можно уточнить категорию товаров).
30. Беспороговый порог на трансграничные покупки: поведенческие эффекты.
31. Мониторинг конфликтных рисков вокруг крупных строек через социальные медиа.
32. Индустрия и экология: коммуникации для снижения оппонирования новым объектам.

33. Брендинг рабочих профессий: ценностные предложения и каналы привлечения.
34. Барьеры и политика в отношении женского лидерства и гендерный баланс на производстве.
35. Потребности малого и социального бизнеса: ниши и меры поддержки.
36. Оценка социальных перспектив публичного дашборда качества автомобильных дорог.
37. Реформа городского общественного транспорта: драйверы удовлетворенности горожан и обратная связь.
38. Капремонт многоквартирных домов: восприятие, ожидания и пост-оценка населением.
39. Административные процедуры в строительстве: узкие места и сервисная логика.
40. Услуги такси в крупных городах: внешняя оценка качества и влияние государственного регулирования.
41. Медиапотребление молодежи: каналы, время и контент кластеры.
42. Телевидение в цифровую эпоху: гибридные модели и изменение социальной роли.
43. Мониторинг и способы повышения доверия к ИИ в разных сферах (или в одной).