

ВЕСТНИК

ФАКУЛЬТЕТА СОЦИАЛЬНЫХ
ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО
УНИВЕРСИТЕТА ТЕЛЕКОММУНИКАЦИЙ
им. проф. М. А. БОНЧ-БРУЕВИЧА

Сборник научно-теоретических статей

XXV Международный Балтийский
коммуникационный форум
1–2 декабря 2023 года

Санкт-Петербург
2023

Подготовлен
по материалам конференции преподавателей
на XXV Международном
Балтийском коммуникационном форуме

Редакционная коллегия:

А. С. Алёшин, Л. И. Геращенко, А. В. Кульназарова, М. В. Яценко

Ответственный редактор

к.и.н., доцент, заведующий кафедрой истории и регионоведения СПбГУТ

А. Б. Гехт

Выпускающий редактор

магистр, специалист по учебно-методической работе
кафедры истории и регионоведения СПбГУТ

Н. Э. Гехт

Председатель редакционной коллегии

к.п.н., доцент, декан факультета Социальных цифровых технологий СПбГУТ

Д. В. Шутман

Печатается по решению

*Ученого совета факультета Социальных цифровых технологий
Санкт-Петербургского государственного университета
телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича*

ISBN 978-5-89160-305-9

© Факультет Социальных цифровых технологий, 2023

© Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный университет
телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича», 2023

СОДЕРЖАНИЕ

I. ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА СОЦИАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ

И. Е. Астафьева-Румянцева, Я. Г. Добычина

Семиотические основания исследования современного театрального действия..... 11

Л. В. Балахонская, Д. В. Бобров

Метафора как инструмент политической коммуникации и пропагандистского воздействия в телеграм-канале Маргариты Симоньян..... 17

Е. В. Белова

Социальный и эмоциональный интеллекты как базовые этнокультурные и возрастные коммуникативные ресурсы личности 23

А. А. Быстрова

Коммуникационные инструменты в интернет-среде как современное средство эффективного маркетинга 29

А. А. Вашило, М. В. Лесниченко-Роговская

Корпоративная социальная ответственность в контексте цифровизации социальных коммуникаций..... 33

В. В. Воробьева

Использование VR и AR для улучшения процесса коммуникации в компаниях 39

Н. Б. Гарифуллин	
Психологическая помощь ветеранам боевых действий с использованием виртуальной реальности.....	45
Л. С. Гиваргизова	
Электронная коммерция и перспективы криптовалют	51
С. Д. Джабраилова, М. М. Бетильмерзаева	
Особенности межпоколенческих отношений в условиях цифровизации: региональные аспекты	56
Е. М. Еникеева	
Коммуникативные аспекты развертывания политических конфликтов.....	61
А. М. Карачурин	
Автоматизация работы чат-ботов и рассылок с использованием искусственного интеллекта для более эффективной коммуникации с аудиторией.....	67
А. А. Котлярова, И. В. Телелюшкина, Д. В. Шутман	
Управление процессом организации специальных мероприятий.....	72
А. В. Кульназарова, С. С. Тошева	
Коммуникационные аспекты противодействия потребительскому «терроризму» в интернет-пространстве	78
Е. Б. Курганова, А. С. Шерне	
Искусственный интеллект в креативных индустриях: возможности и вызовы для рынка труда	83
М. В. Лесниченко-Роговская, И. А. Добромудрова	
Особенности цифрового продвижения продукта кожгалантерейной промышленности в Республике Беларусь	87
А. Е. Мальченкова	
Институт семьи в сознании и поведении студенчества	94
А. П. Печенкина	
Проблемы продвижения корейской косметики на российском рынке.....	99

А. Ю. Порхун

Анализ трудовой мотивации студентов ССУЗОВ в контексте возможной пользы для продвижения hr-брендов предприятий 105

А. А. Семёнова

«Virtue signaling» («показная добродетель») как стратегия коммуникации: анализ современных практик 110

М. С. Смолин, Л. И. Геращенко

Улучшение имиджа ПАО «Сбербанк России» путем корпоративного ребрендинга 114

С. С. Трофимова

Трансформация системы жанров в современной журналистике 119

А. В. Федорова

Связи с общественностью в условиях кризиса, риска и коммуникационной нестабильности 123

Н. К. Хомич

Информационная безопасность в аспекте информационной культуры студенческой молодежи 129

К. В. Чайка

Персонаж как идентификатор в системе бренда 134

Е. В. Шершукова

Формирование социальной коммуникационной политики бренда на примере соков «RICH» и «Добрый» 141

Д. А. Щетинина

Событийный маркетинг как инструмент повышения привлекательности российской науки и образования в молодежной среде 148

II. ФИЛОСОФСКИЕ, ИСТОРИЧЕСКИЕ И ПОЛИТИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОСТИ

М. А. Аверьянов

Применение Францией мягкой силы через призму деятельности Международной организации франкофонии 153

В. В. Балахонский	
Социально онтологические проблемы глобализации современных информационных технологий.....	159
В. В. Балахонский, Л. В. Балахонская	
Гносеологическая специфика обоснования истинности научного знания.....	164
Е. В. Белова	
Стратегическое мышление: исторический, управленческий и психологический аспект	169
С. В. Бусов	
Негативное понимание свободы: истоки и современность.....	174
О. В. Евдокимова	
Роль электронных образовательных ресурсов в формировании навыков коммуникации в военном вузе	179
Р. А. Жадан	
Издательская деятельность женских организаций в современной Турции	184
А. Ю. Завалишин	
Глобализация vs модернизация: параллельные пересекающиеся (заметки по «неевклидовой» социологии)	188
Р. Д. Замятин, Е. А. Терентьева	
Интересы Франции в Сахеле: современный этап.....	196
Д. А. Зиннатуллин	
Арктическая политика Индии в эпоху геополитических изменений	200
А. М. Иванова	
Инструменты популяризации русского космоса в цифровом пространстве	206
А. П. Игнатович	
Сопряжение ЕАЭС и проекта "Один пояс - один путь": перспективы и целесообразность	210
Д. И. Исаенко, Д. П. Чёрная	
Правовое регулирование искусственного интеллекта на примере США.....	215

Е. В. Коровкина

Выход России из Совета Баренцева/Евроарктического региона:
последствия и дальнейшие шаги 220

А. Ф. Лапшина

К истории пропаганды в Европе: репрезентация власти
в тюдоровской Англии 224

Д. П. Марталог

Полевые исследования православных миссионеров в период с 1904–
1905 гг. (по материалам журнала «Известия Братства
православной церкви в Китае») 229

Т. В. Молчанова

Демографическая политика Китая 233

М. А. Мочалов

Развитие понимания гегемонии в современных теориях
международных отношений 238

Д. В. Николина

Книга, кино и виртуальная реальность в
контексте феномена фэнтези 244

Е. Г. Овчинникова, Н. Н. Овчинников

Русское торговое мореплавание на Балтике в XVII веке 249

А. Э Окуджава

Евроатлантическая интеграция Грузии: содержание,
динамика и перспективы 254

Е. А. Руденко

Финская доктрина Паасикиви-Кекконена в контексте
Холодной войны и современности 258

М. М. Сафронова, А. Ю. Цыгоняева

Влияние системы международных отношений на формирование
диктаторских режимов XX века 262

В. О. Терентьев

Деятельность и состояние фронтовых резервов русской
императорской армии весной 1916 г. на примере 199-го пехотного
кронштадтского полка 273

Д. В. Тумаков

Завершение военных действий в Чеченской республике летом 1996 года
в оценках российской левой печати 279

М. А. Ульянова

Современные методы анализа фронтовых писем Великой
Отечественной войны как категории исторической памяти 285

И. А. Цвериганашвили, В. А. Соловьева

Digital Economy Framework for action: стратегия развития цифровой
экономики Сингапура 291

Д. Г. Черкасов

«Соглашение Тидё» как феномен политической борьбы в
современной Швеции 296

А. А. Щетинина

Культурная дипломатия Турции в странах Центральной Азии 303

И. В. Янишевская

Русские сектанты и русские поэты 310

III. СОВРЕМЕННАЯ ФИЛОЛОГИЯ И ПРОБЛЕМЫ
ПРЕПОДАВАНИЯ ФИЛОЛОГИЧЕСКИХ ДИСЦИПЛИН
СТУДЕНТАМ НЕФИЛОЛОГИЧЕСКИХ ФАКУЛЬТЕТОВ

О. В. Абыякая

Феномен «белого пальто» как маркер скрытой агрессии в
читательских комментариях в онлайн-коммуникации 315

А. С. Алёшин

Идейно-художественное своеобразие сборника сонетов
М. Перссона «Подземка» 321

Я. А. Басова

Этнокультурные особенности фразеологических единиц
аргентинского варианта испанского языка 326

А. Б. Булатова

К вопросу о применении искусственного интеллекта в обучении
иностранным языкам 331

М. Р. Ванягина

Обучение иностранным языкам и вызовы меняющегося мира 335

К. В. Землякова, О. В. Абыяка	
Актуализация компонентов понятия negotiations в новостном медиадискурсе	339
A. Marinskaya, M. Zurikov	
Second language vocabulary acquisition strategies used by hearing impaired learners in the formal educational setting	352
В. А. Иванова	
Формирование навыка обоснованного рассуждения посредством обучения академическому письму на иностранном языке	357
Н. Я. Иванченко	
Современные тенденции в практике имянаращения в Шотландии	362
И. Н. Коренецкая, А. А. Кузьмиченко	
Искусственный интеллект в обучении английскому языку в вузе: проблемы и перспективы	369
А. В. Кузьмина	
Организация внеаудиторной самостоятельной работы студентов в техническом вузе.....	379
Т. Т. Кутуев, Р. Б. Петрив, Е. П. Желтова	
Решения для межсетевых экранов с открытым исходным кодом: опыт студентов ИТ-специальностей.....	383
А. П. Маринская	
Лексический марафон как средство поддержания процессов волевой саморегуляции иноязычной самообразовательной деятельности.....	389
Н. В. Маршева, Е. П. Желтова	
Особенности организации практического занятия по иностранному языку в ВУЗе.....	394
Е. Konstantinov, N. Marsheva	
The potential of immersive audio technologies for foreign language learning.....	400
A. Marinskaya, M. Melnikov	
The research of infographics potential for educational process enhancement.....	404
М. И. Парамонова	
Эмоционализация англоязычного электронного газетного текста	410

Т. И. Парицкая	
Использование сериалов при обучении иностранному языку	415
О. В. Рябуха, А. К. Лобанова	
Средства реализации когезии в медиатексте	419
D. Svechnikov, E. Zheltova	
Telepresence & holographic type communication: benefits for education	424
Е. Ф. Сыроватская	
К проблеме прозаических ритмов.....	430
A. Urokov, K. Shishkina, V. Ivanova	
Functional verification for FPGA.....	434
M. Yatsenko, A. Pischugina, V. Sturman	
Application of gis technologies for electromagnetic field assessment.....	438

I. ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА СОЦИАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ

УДК 130.2
ГРНТИ 02.41.01

СЕМИОТИЧЕСКИЕ ОСНОВАНИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ СОВРЕМЕННОГО ТЕАТРАЛЬНОГО ДЕЙСТВИЯ

И. Е. Астафьева-Румянцева, Я. Г. Добычина

Культурная индустрия производит в промышленных масштабах новые развлечения, которые очень быстро приедаются, стимулируя бизнес наращивать производственные мощности в условиях жесточайшей конкуренции. И как бы мы к этому не относились, нельзя отрицать, что цифровые технологии в невиданном прежде масштабе расширили информационное пространство человечества в целом. Тиражирование, оцифровка, интеграция классических форм искусства в глобальное пространство Интернета трансформируют исходники в расчете на приближение классики к современному потребителю. Ответу на вопрос – претендует ли современный театр на сотворчество со зрителем – посвящена данная статья.

Ключевые слова: цифровое искусство, диджитализация, структурализм, знак, театральный код, зритель.

В последние двадцать лет использование цифровых технологий практически во всех сферах жизни значительно возросло, что привело к рассуждениям о том, что все формы художественного творчества в итоге перетекут в цифровой медиум – либо посредством оцифровки, либо через использование компьютерных технологий на разных этапах создания. И хотя не всякое произведение искусства, в основе которого лежат цифровые технологии, является отражением эстетических принципов этих технологий, правомерно рассуждать о некоторых ключевых характеристиках, которые отличают цифровое искусство. Во-первых, цифровые носители позволяют производить самые разные манипуляции и свободно комбинировать различные формы искусства, что ведет к размыванию различий между разными типами материалов и текстов. «Фотография, кино, видео всегда допускали определенные манипуляции, например, со временем и местом в процессе монтажа, но в цифровом искусстве уровень возможного манипулирования всегда гораздо выше, до такой степени, «что перед нами, постоянно ставится под вопрос» [1, с. 27]. Во-вторых, цифровое воспроизведение ставит под вопрос понятия подлинности и авторитета: возможность мгновенного копирования произведения без ущерба его качеству стала обыденностью. В данном контексте стоит разобраться изменяет ли цифровизация театра устоявшееся понимание «театрального действия».

Развитие информационных технологий дает возможность создавать уникальные, прежде невозможные художественные артефакты: световые и виртуальные инсталляции, видео-арт, нет-арт, саунд-арт, элементы моушн-дизайна и т. п. Доступность Интернета и всевозможных гаджетов привели к революционной трансформации механизмов тиражирования культурных объектов и обеспечили аудиторию возможностью имматериального взаимодействия с ними. По мнению ряда исследователей, процесс цифровизации культуры напрямую связан с настойчивым внедрением произведений искусства (или их отдельных фрагментов) в повседневность. «Чаще всего (этот процесс. – Я. Д.) носит симулятивный характер "цитирования" классики всех времен и народов» [2, с. 660]. Новые формы репрезентации культуры прошлого деконструируют ее, создавая на ее основе иные смыслы и тексты, содержащие признаки первоисточника или совершенно утратившие их. Одновременно, интеграция культурных артефактов прошлого в контекст массовой культуры «общества потребления» и «глобальной доступности», нивелирование их эстетической ценности путем технологий репликации, симулятивных практик стала тенденцией самореализации современного искусства.

Влияние технологических изменений на социокультурное пространство породило в рамках театроведческой теории еще одну методологическую проблему, проблему судьбы классических театральных форм в «цифровую эпоху тотальной медиатизации». Многие исследователи делают вывод о том, что мы существуем в принципиально новой социокультурной реальности, меняющей не только традиционные культурные формы, но и саму сущность человека. Об этом свидетельствует как переход практически всех культурных практик в цифровой формат, так и утверждение тиражирования в качестве доминирующего способа развития массовой культуры на разных ее уровнях. «Тиражируется и сам потребитель масскульта, характеристикой мышления которого становится конформизм... Общение с тиражированным искусством лишает его исключительности характера переживания, его восприятие становится обыденным фоновым действием» [3, с. 491].

Практика рассмотрения театрального действия в качестве текста сложилась под влиянием работ французских структуралистов, опиравшихся на учение о знаке Ф. де Соссюра и Ч. Пирса. А. Юберсфельд, одна из самых ярких последователей классиков семиотики, шагнула гораздо дальше них, не обнаружив в театральном действии базового элемента для структурного анализа – универсального театрального знака (поскольку спектакль есть результат труда целого коллектива, и объединяет множество элементов: актерская игра, сценарный текст, костюмы, декорации, музыкальное сопровождение, свет и т. д.), предлагая воспринимать спектакль как систему знаков различного свойства и происхождения, объединенных целостным коммуникационным процессом. Внутри этого процесса можно вычленить ряд самостоятельных отправителей, ряд сообщений (тесно связанных сложным образом друг с другом и регулируемых чрезвычайно точными кодами) и нескольких получателей, все из которых фиксируются в одном месте [4, с. 11]. Впоследствии этот подход развивал исследователь театра П. Пави, утверждавший, что ни один знак в спектакле не может быть понят вне взаимодействия с другими знаками. «Эта знаковая сеть всё время преобразуется, в частности, в отношении иерархии сценических систем: иногда на первый план выходит драмати-

ческий текст — он доминирует и управляет другими системами, иногда в центре коммуникации оказывается визуальный знак». Поскольку театральное представление синтезирует новую семиотическую систему на основе знаков, заимствованных из самых разных художественных областей, необходимо понимание особого театрального кода (или совокупности кодов). «Художники (автор, актер, режиссер, декоратор и т. д.) и зрители лишь частично разделяют понимание кодов: первые предлагают вторым материалы, используемые в соответствии с кодами, которые вторым известны или же они должны воссоздать их, исходя из предложенного сообщения. Кроме того, создатели спектакля могут изменить коды в течение представления: конкретный цвет или жест, например, меняют свое значение, а зрители должны воспринимать это изменение кода и причины этого изменения» [5, с. 143-144]. Так обосновывает Пави процесс распознавания театрального кода зрителем.

До того, как обрести известность в качестве автора концепции перформативного поворота театрального процесса, типологизацией театральных кодов занималась и Э. Фишер-Лихте, однозначно определявшая театральный процесс как процесс коммуникационный, а театральное событие как семиозис (знаковый процесс). Исследовательница вычленила ранее никем не упоминаемые свойства театрального знака. Во-первых, театральный знак является знаком знака. Так, например, «фраза, которую произносит актер А, обозначает фразу, которую произносит персонаж Х». Во-вторых, театральный знак мобилен, многофункционален и способен иметь множество различных значений: «Из-за того, что знаки, используемые в театре, приходят из различных культурных систем, они могут взаимозаменяться: декорация — словами, реквизиты — жестами, жесты — шумами, освещение — реквизитом и т. д. Таким образом, "дождь" может быть обозначен, например, шумами, освещением, костюмом, а стул может быть не просто стулом, но горой, автомобилем, лестницей, вражеским солдатом и т. д.» [6]. Общность «знакового репертуара» создателя спектакля и его реципиента Фишер-Лихте определяет в качестве театрального кода. Опираясь на выявленные особенности театральных знаков, она обозначает три основных типа этого кода: специальный театральный код, который заранее установлен для создателя и реципиента; театральный код, который строится на кодах первичных культурных систем; театральный код, который произрастает из различных вторичных культурных систем.

Первый тип «устанавливает, как образ отдельных знаков и знакового репертуара, так и значение знаков и их комбинаций». Этот код используется в ритуализированных и классических формах театрального искусства. Второй тип кода апеллирует к кодам первичных культурных систем (языку, мимике, движениями, архитектуре, дизайну и пр.) и свойственен реалистическому театру. Важным условием адекватного прочтения этого кода зрителем, является принадлежность зрителя к тем же культурно-смысловым реалиям, что и создатели спектакля. Третий тип кода обращается к вторичным культурным системам (объектам киноискусства, литературным и музыкальным произведениям, живописи). Здесь залогом эффективной коммуникации «зритель — спектакль» будет являться развитый зрительский бэкграунд, как представление о реализации тех вторичных знаковых систем, к которым апеллируют создатели спектакля (архетипические образы, мифология, религиозные каноны и т. п. — для массового зрителя, и элементы более тонкой настройки для искушенного).

В реальности все выглядит несколько сложнее, поскольку кодирование осуществляется ни одним отправителем, а несколькими, в определенном смысле, самостоятельными (драматург, режиссер, сценограф, композитор, художник по свету и пр.). С другой стороны, зритель, в процессе декодирования и формулирования обратной связи (реакции) в адрес создателей спектакля, так же становится отправителем и полноценным участником творческого коллектива. Результатом подобного сотворчества становится уникальное произведение, которое невозможно тиражировать без изменений, поскольку меняется не только зрители, но иногда и актерский состав. Именно об этом писал Ю. М. Лотман, говоря, что «театр требует налично данного, присутствующего в том же времени адресата и воспринимает идущие от него сигналы (молчание, знаки одобрения или осуждения), соответственно варьируя текст; <...> понятие «канонического текста» в спектакле заменяется понятием некоторого инварианта, реализуемого в ряде вариантов» [7, с. 409]. Ему вторит Юберсфельд, характеризуя зрителя как конечную смысловую точку спектакля. Зрителя, создающего спектакль в гораздо большей степени, чем режиссёр, поскольку ему приходится не только следить за фабулой, но и постоянно восстанавливать общую структуру всех знаков, задействованных в представлении [4]. Зрителя, которому необходимо включиться в представление (отождествиться с ним) и, одновременно, отказаться от него (дистанцироваться), приняв условный характер происходящего на сцене. По этому поводу очень точно высказался П. Пави: «это постоянное переключение между действующим лицом и его исполнителем, отрицание реальности происходящего на сцене, лежит в основе нашего наслаждения театром». Важно добавить, что «зритель никогда не одинок: взгляд его, охватывая то, что ему показывают, одновременно охватывает и других зрителей, взгляды которых, в свою очередь, падают на него» [8]. Таким образом, обратная связь так же становится множественной.

Эту же мысль встречаем и у Ю. М. Лотмана, считающего основой сценического действия актера, играющего роль человека, в пространстве сцены ведущего диалоги на двух разных уровнях: «выраженное общение связывает его с другими участниками действия, а невыраженный молчаливый диалог — с публикой» [9, с. 592]. Вследствие этого актер из пассивного объекта наблюдения, а зритель из пассивного получателя сообщения превращаются в полноценных, активных участников коммуникации внутри театрального действия. Театральная коммуникация приобретает характер двунаправленного процесса именно благодаря активной зрительской позиции. Действие становится взаимодействием. Каждый отдельный спектакль стоит рассматривать как коммуникационную систему, в рамках которой множественный отправитель передает закодированное различными способами сообщение множественному получателю, обладающему способностью, в условиях живого общения со спектаклем (формирующего неповторимый театральный опыт), влиять на него, становясь полноценным соавтором творческого коллектива.

Данное обстоятельство позволяет рассуждать о формировании особого типа реципиента, задающего параметры новой художественной ситуации с одной стороны и восприимчивости с другой. «Современное искусство не предметно и не беспредметно, оно гиперреалистично. Оно не отображает, не обозначает реальность, не отсылает к ней, а непосредственно предъявляет новую. Его означающие (знаки, тексты) не нуждаются в означаемых, они не

нарративны, а перформативны. От зрителя, слушателя, читателя требуются не "длинные мысли", рассуждения и обоснования понимания, а реакции – оценки и действия ("лайкать, банить, покупать")» [10].

Прежде мы уже говорили о синергетическом эффекте, который возникает как результат реализации пространственной реальности театра. Цифровые технологии преодолевают, модифицируют границы этого пространства, вступают в борьбу с конструкцией, базирующейся на представлении о двух антиномичных пространствах: внутреннем (создатели спектакля) и внешнем возникающем благодаря зрительской вовлеченности в создании спектакля. Очевидно, что путь диджитализации театра - путь развития нового медиа, требующего выработки принципиально нового критического инструментария для его осмысления.

В качестве синтетического искусства, театр объединял и продолжает объединять достижения различных творческих и научных областей, реагируя на вызовы современности поисками новых форматов общения со зрителем. На протяжении последних десятилетий роль зрителя в театре усложнялась. Ролевая активность смещается с воплощающего (актера) на воспринимающего (зрителя). Именно зритель теперь погружается в обстоятельства драматургического выбора, решения, рефлексии. Благодаря этим процессам случается встреча зрителя с самим собой как с персонажем, распознавание другого в себе самом.

Список использованных источников

1. Пол К. Цифровое искусство // М: Ад Маргинем Пресс, 2020. – 272 с.
2. Шапинская Е. Н. Культурное наследие и вызовы цифровой эпохи: трансформация культурных форм и эстетических ценностей // Ежегодник. Материалы XVIII Международной научной конференции в рамках Общественно-научного форума «Россия: ключевые проблемы и решения»: сб. статей. – Москва, 2018. – С. 659-663.
3. Самохвалова В. Н. Творчество: божественный дар, космический принцип, родовая идентичность человека. М.: РУДН, 2007. – 537 с.
4. Ubersfeld A. Reading Theatre // TO: University of Toronto Press, 1999. – 256 p.
5. Пави П. Словарь театра. – М.: Прогресс, 1991. – 480 с.
6. Театроведение Германии: Система координат [Электронный ресурс]: сборник статей / сост. Э. Фишер-Лихте, А. А. Чепуров. – Электрон. текстовые дан. – СПб.: Балтийские сезоны, 2004. – URL: http://teatr-lib.ru/Library/Ger_studies/ger_studies/ (дата обращения: 28.04.2021).
7. Лотман Ю. М. Статьи о семиотике культуры и искусства. – СПб: Академический проект, 2002. – 542 с.
8. Юберсфельд А. Как всегда – об авангарде. Антология французского театрального авангарда // М.: ГИТИС, 1992. – URL: <http://teatr-lib.ru/Library/Avant/avant/> (дата обращения: 18.01.2023).
9. Лотман Ю. М. Об искусстве. - СПб : Искусство - СПб, 2005. – 704 с.
10. Тульчинский, Г. Л. Экран и фактор скорости: от нарративов к перформативам [Электронный ресурс]. URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_39138648_71042458.pdf (дата обращения 12.04.2022).

SEMIOTIC FOUNDATIONS OF RESEARCH IN MODERN THEATRICAL ACTION

I. Astafjewa-Rumianzewa, Y. Dobychna

The cultural industry produces new entertainment on an industrial scale, which are very quickly acquired, stimulating businesses to increase production capacity in the face of fierce competition. And no matter how we feel about it, it cannot be denied that digital technologies have expanded the information space of humanity as a whole on an unprecedented scale. Replication, digitization, integration of classical art forms into the global space of the Internet transform the sources in the hope of bringing the classics closer to the modern consumer. This article is devoted to the answer the question of whether the modern theater claims to connect with the audience.

Keywords: digital art, digitalization, structuralism, sign, theatrical code, spectator.

Сведения об авторах

АСТАФЬЕВА-РУМЯНЦЕВА Ирина Евгеньевна – кандидат философских наук, доцент кафедры социально-политических наук, Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича, (г. Санкт-Петербург, Россия), rina.astafjewa@ya.ru

ДОБЫЧИНА Ярослава Германовна – театровед, журналист, магистрантка (магистерская программа «Менеджмент в индустрии впечатлений»), Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» (г. Санкт-Петербург, Россия), net-lion@ya.ru

УДК 316.77

МЕТАФОРА КАК ИНСТРУМЕНТ ПОЛИТИЧЕСКОЙ КОММУНИКАЦИИ И ПРОПАГАНДИСТСКОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ В ТЕЛЕГРАМ-КАНАЛЕ МАРГАРИТЫ СИМОНЬЯН

Л. В. Балахонская, Д. В. Бобров

В современном мире взаимодействие государства и общества часто осуществляется через различные социальные сети. Мессенджер «Телеграм» стал одной из ведущих площадок для политической коммуникации и пропаганды. Пропагандистское воздействие может осуществляться с помощью различных метафор, которые формируют у читателя или слушателя определенное отношение к тем или иным политическим событиям, дают им оценку с позиции политического актора (субъекта воздействия). Использование метафор в телеграм-каналах лидеров общественного мнения влияет на мировосприятие подписчиков канала и способно изменить их поведенческие установки. Цель исследования – выявление и анализ использования метафор в телеграм-канале Маргариты Симоньян как инструмента политической коммуникации и пропаганды.

Ключевые слова: метафора, политическая метафора, политическая коммуникация, пропаганда, телеграм-канал М. Симоньян.

Мессенджер «Telegram» сегодня – один из самых главных каналов политической коммуникации на территории РФ. Согласно исследованиям Mediascope Cross Web, его совокупная аудитория в России превысила 50 миллионов человек [1]. Телеграм пользуется популярностью не только среди рядовых пользователей, но и среди журналистов, блогеров, а также известных политических деятелей. Используя телеграм-каналы как площадку для политической коммуникации, политики и журналисты благодаря ресурсам языка и эксклюзивным технологиям мессенджера способны создавать пропагандистские материалы и использовать их для воздействия на население.

М. Н. Грачев в монографии «Политическая коммуникация: теоретические концепции, модели, векторы развития рассматривает политическую коммуникацию как совокупность феноменов информационного воздействия и взаимодействия в сфере политики, которые неразрывно связаны с текущим социально-историческим контекстом политических субъектов по поводу власти, её решений и отношения к этому в обществе [3].

На наш взгляд, необходимо обратить внимание на то, что политическая пропаганда отличается от политической коммуникации, поэтому нельзя подменять один термин другим. Политическая пропаганда – разновидность политической коммуникации, с присущими ей особенностями, в то время как политическая коммуникация – более широкое понятие, которое включает в себя не только внешнее воздействие, но и внутренне, например, обсуждение между однопартийцами какого-либо законопроекта.

Под термином «пропаганда» можно понимать распространение в обществе каких-либо взглядов, идей, ценностей, концепций и знаний. Также пропа-

ганду можно рассматривать как систему, деятельность которой направлена на распространение какой-либо информации с целью создания и формирования определенных взглядов, эмоций, различных идей в обществе, а также изменения поведения людей. Сегодня площадками для распространения пропаганды могут стать не только традиционные СМИ, но и социальные сети, в том числе телеграм-каналы.

В современном научном дискурсе существует множество классификаций пропагандистских приемов, методов и принципов, однако в данной работе мы будем опираться на выявленные В. Борщенко принципы пропаганды, среди которых выделяются: достоверность («60 на 40»), занимательность, опора на «эффект привыкания», опора на «эффект чистой доски», эмоциональный резонанс, контраст, эффект присутствия, нагнетание обстановки страха и неуверенности [2].

Указанные принципы пропаганды нередко реализуются с помощью использования различных метафор. Метафора – это употребление слова или словосочетания в переносном значении, в основе которого лежит уподобление одного предмета или явления другому на основе их сходства или противопоставления, это скрытое сравнение двух явлений. Политическая метафора используется в политическом дискурсе с целью формирования общественного мнения, изменения мировосприятия и поведенческих установок людей в нужном для политического субъекта направлении, т. е. нередко становится эффективным средством политической манипуляции и пропаганды.

Цель нашего исследования заключается в выявлении и анализе использования метафор в телеграм-канале «Маргарита Симоньян» как инструмента политической коммуникации и пропагандистского воздействия.

Телеграм-канал «Маргарита Симоньян», который стал объектом изучения в данной работе, имеет 466 054 подписчиков, входит в топ-30 политических каналов, согласно ранжированию сервиса «Tgstat»[5]. Хронологические рамки исследования: 01.10.22 – 05.04.23. Эмпирическую базу исследования составили 570 медиа материалов, в которых была обнаружена 61 одна метафора.

В научном дискурсе выделяется два основных вида метафор: языковые и художественные [7]. Языковой метафорой можно считать готовый элемент лексики, такую метафору не нужно каждый раз создавать, иными словами, эти метафоры прочно вошли в нашу жизнь и как метафоры уже не воспринимаются, в то время как художественные метафоры имеют индивидуальные особенности [6]. Если говорить о классификациях художественных метафор, то их дифференциация зависит от аспекта исследования метафоры конкретным учёным [4]. В данной работе мы классифицировали метафоры по объекту сравнения, выделив следующие семантические типы метафор:

- 1) природные метафоры (растения, силы стихии);
 - 2) зоометафоры (животные);
 - 3) мифологические (античная и современная мифология, былины, мифологизированные явления современности);
 - 4) исторические (реальные исторические деятели и персонажи);
 - 5) военные метафоры (оружие и его применение, войсковая структура и т. п.);
 - 6) инженерные метафоры (шестеренки, механизмы, инструменты, фундамент, каркасы);
-

- 7) медицинские метафоры (различные медицинские диагнозы, их симптомы);
- 8) психологические (чувства и эмоции человека, его поведение);
- 9) пространственные (расположение в пространстве, движение, состояние);
- 10) метафоры из сферы искусства (танцевальные, музыкальные, театральные, кинематографические).

На основе проведенного контент-анализа телеграм-канала М. Симоньян в указанных хронологических рамках нами были обнаружены 3 природных метафоры, 4 зоометафоры, 8 мифологических, 12 исторических, 9 военных, 2 инженерных, 9 медицинских, 9 психологических, 4 пространственных и 3 метафоры из сферы искусства. Среди них большая часть метафор формирует негативное отношение к объекту номинации (27 из 61), позитивное отношение выражено в 17 метафорах из 61, нейтральное – в 9 из 61.

По результатам контент-анализа мы можем прийти к следующим выводам. Наиболее часто используемыми видами метафоры в телеграм-канале М. Симоньян становятся исторические, медицинские, психологические и военные метафоры.

Например, описывая убийство военкора Владлена Татарского Дарьей Треповой, Симоньян отсылает читателей блога к исторической персоне Веры Засулич, совершившей покушение на генерала Трепова: *В веру засулич они играют, сука.*

При использовании психологических метафор Симоньян опирается на различные чувства, а также симптомы психологических расстройств: *Некоторые страны или нации-обиженки не в состоянии свои обиды перерастить и двигаться дальше, как мы, например, поступили с такой катастрофой, которую нам устроили немцы.*

Медицинские метафоры используются для описания русофобских настроений; нелюбовь к России и русским сравнивается с болезнями: *Вас тошнит от березок, от сопливых носов вашего детства, вас тошнит от самих себя. И вы ждете, когда вас вырвет оставшейся в вас долей вашей русскости». Такие метафоры показывают также физический и психологический ущерб, нанесенный русскоязычному населению Донбасса: Сколько лет мы вам давали для установления мира, порядка на вами же изнасилованных территориях?*

Описывая стратегию РФ во время СВО на Украине, Симоньян употребляет военную метафору: *Это будет таран. Это будет ва-банк. Это будут два самолета, летящие лоб в лоб друг другу. И кто-то должен будет дать заднюю, и что-то мне подсказывает, что это будем не мы.*

Необходимо обратить внимание на то, что использованные метафоры помогают журналистке пропагандировать национальные интересы Российской Федерации. М. Симоньян — главный редактор телеканала RT, «России сегодня» и информационного агентства «Спутник», поэтому контент в ее телеграм-канале можно отнести к патриотическому. В своем блоге благодаря использованию ярких образов (метафор) Симоньян пропагандирует пророссийскую повестку. В 82 % использованных метафор был обнаружен прием «эмоциональный резонанс»; благодаря метафорам Маргарита создавала не только отрицательные, но и положительные образы: *Защитники! Родненькие! Каждый день, каждую минуту в наших душах — вы. Сильные, бесстрашные, красивые, стойкие наши Люди. Соль нашей земли. Горжусь, думаю и молюсь о*

— — — — —
вас; Мы не занимаемся уничтожением украинского народа. Мы занимаемся уничтожением нунчаков, при помощи которых возомнивший себя Брюсом Ли Зеленский пытается нам побольше куда-нибудь под коленную чашечку ударить; А наши-то верхнеларсовцы все как один поддерживают беспорядки на своих новых с'емных хатах. Что в Грузии, что в Израиле. Говорила же вам - если невеста уходит к другому, то неизвестно, кому повезло.

Прием контраста, когда для усиления интенции одно событие противопоставляется другому, был обнаружен нами в 56% публикаций: *Трое наших военных погибли из-за атак беспилотников на наши аэродромы ни разу не в приграничной зоне. Теперь уже пора перейти в режим «Вставай, страна огромная!» - или все еще рано; пока цела армия, есть надежда с честью кончить войну. С потерей армии не только Москва - вся Россия будет потеряна. Замените слово «Москва» на слово «Херсон». Возможно, станет понятнее.*

Принцип занимательности был обнаружен в 34% публикаций. Упрощая с помощью данного приема описание геополитических процессов на постсоветском пространстве, Симоньян отстаивает национальные интересы России: *И Америка, под которую нынешняя армянская власть пытается уложить Армению не тушкой, так чучелком, помахивая заодно России — я типа здесь, но как бы там, — пальцем не пошевелила.*

Если говорить об использовании приема «эффекта привыкания», то во всех проанализированных публикациях мы выявили одинаковую, не изменяющуюся позицию: поддержка СВО, отстаивание национальных интересов России, коллективный Запад характеризуется как противник РФ. Благодаря постоянному повторению одних и тех же нарративов, на наш взгляд, Симоньян способна эффективно влиять на аудиторию и пропагандировать близкие ей ценностные идеи и установки.

По итогам проведенного анализа можно прийти к выводу о том, что Маргарита Симоньян мастерски владеет словом, способна на высочайшем профессиональном уровне использовать все ресурсы языка для передачи своих интенций. Тематика её постов – освещение хода СВО, оценка выступлений лидеров общественного мнения в политических ток-шоу, а также собственные комментарии важных исторических и политических событий. Ни в одном из проанализированных нами текстов не были обнаружены заголовочные комплексы, так как формат постов подразумевает, что подписчик заранее ознакомился с международной повесткой, поэтому читателю, не погруженному в политический контекст, будет сложно разобраться в интенциях журналистики. Маргарита Симоньян нечасто использует метафоры: в период с 01.10.22 по 05.04.2023 была обнаружена лишь 61 метафора. Однако она активно использует другие различные средства выразительности. Несмотря на их обилие, коммуникативную стратегию Симоньян можно назвать сдержанной, журналистка не злоупотребляет инвективной лексикой и лексическими единицами с пейоративными коннотативными семами. Для постов Симоньян характерна прецедентность, малое количество знаков, в текстах отсутствуют заголовки. Для полноценного понимания необходимо быть погруженным в политический и культурно-исторический контекст. Если говорить об использовании непосредственно метафорических оборотов, то Симоньян использует отсылку к историческим персонажам, событиям, античным мифам, а также известным медийным современникам. При использовании психоло-

— — — — —

гических метафор Симоньян опирается на различные чувства, а также симптомы психологических расстройств. Медицинские метафоры используются при описании болезней общества или отдельных социальных групп.

Объектом метафорической номинации становятся ход специальной военной операции, внешнеполитические или внутрироссийские события; особое внимание уделяется взаимодействию США и Евросоюза.

Метафорические обороты, наряду с другими языковыми ресурсами, становятся одними из главных слагаемых для реализации пропагандистского воздействия. Благодаря метафорическим переносам, М. Симоньян успешно задействует такие принципы пропаганды, как эмоциональный резонанс, контраст, принцип занимательности и эффект привыкания, которые эффективно воздействуют на сознание ее подписчиков. В силу высокой медийности М. Симоньян ее телеграм-канал систематически цитируют не только российские, но и международные средства массовой информации, что, безусловно, помогает ей пропагандировать национальные идеи и ценности, формировать чувство патриотизма, отстаивать национальные интересы.

Список использованных источников

1. Аудитория Telegram в России впервые превысила 50 млн человек [Электронный ресурс] // Российская газета. URL: <https://rg.ru/2023/04/13/priglashaiu-v-chat.html> (дата обращения: 04.11.2023)
2. Борщенко В. В. Оценка манипуляционного потенциала интернета в политической сфере // Управленческое консультирование. 2018. – No8 (116). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/otsenka-manipulyatsionnogo-potentsiala-interneta-v-politicheskoy-sfere> (дата обращения: 30.10.2023).
3. Грачев М. Н. Политическая коммуникация: теоретические концепции, модели, векторы развития // М.: Прометей, 2004. – 328 с.
4. Кораблева Г. Н. Языковая метафора в художественном тексте (на примере романа Федора Абрамова «Братья и сестры») // Международный научно-исследовательский журнал. – 2021. – No10 (112). – URL: <https://research-journal.org/archive/10-112-2021-october/yazykovaya-metafora-v-xudozhestvennom-tekste-na-primere-romana-fedora-abramova-bratya-i-sestry> (дата обращения: 29.10.2023)
5. Рейтинг политических телеграм-каналов [Электронный ресурс] // Tgstat. – URL: <https://tgstat.ru/ratings/channels/politics?sort=members> (дата обращения: 04.10.2023)
6. Теория метафоры // М.: Прогресс, 1990. — 512 с.
7. Цинковская Ю. В. Виды художественных метафор в современной русской прозе // Учёные записки ЗабГУ. Серия: Филология, история, востоковедение. – 2010. – No3. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vidy-hudozhestvennyh-metafor-v-sovremennoy-russkoj-proze> (дата обращения: 29.10.2023).

METAPHOR AS A TOOL OF POLITICAL COMMUNICATION AND PROPAGANDA INFLUENCE IN MARGARITA SIMONYAN'S TELEGRAM CHANNEL

L. Balakhonskaya, D. Bobrov

In the modern world, the interaction between the state and society is often carried out through various social networks. The messenger Telegram has become one of the leading platforms for political communication and propaganda. Propaganda impact can be realized with the help of various metaphors, which form in the reader or listener a certain attitude to certain political events, give them an assessment from the position of a political actor (subject of influence). The use of metaphors in opinion leaders' Telegram channels influences the worldview of the channel's subscribers and can change their behavioral attitudes. The purpose of the study is to identify and analyze the use of metaphors in Margarita Simonyan's Telegram channel as a tool of political communication and propaganda.

Keywords: metaphor, political metaphor, political communication, propaganda, M. Simonyan's Telegram channel.

Сведения об авторах

БАЛАХОНСКАЯ Людмила Владимировна – кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры связей с общественностью в бизнесе, Санкт-Петербургский государственный университет, (г. Санкт-Петербург, Россия), l.balakhonskaya@spbu.ru

БОБРОВ Дмитрий Владимирович – магистрант 2 курса, Санкт-Петербургский государственный университет, (г. Санкт-Петербург, Россия), mitya743@gmail.com

УДК 159.9

СОЦИАЛЬНЫЙ И ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ ИНТЕЛЛЕКТЫ КАК БАЗОВЫЕ ЭТНОКУЛЬТУРНЫЕ И ВОЗРАСТНЫЕ КОММУНИКАТИВНЫЕ РЕСУРСЫ ЛИЧНОСТИ

Е. В. Белова

В статье рассматриваются концепции социального и эмоционального интеллектов, которые представлены как базовые личностные ресурсы, необходимые для эффективных коммуникаций в межличностной сфере, а также в политическом дискурсе и медиакоммуникациях. Дается описание современного состояния изучения неакадемических форм интеллекта в возрастном и этнокультурном контексте. Приводится обобщенное описание психологической природы и функционально-динамичной структуры социального и эмоционального интеллектов.

Ключевые слова: социальный интеллект, эмоциональный интеллект, коммуникативные ресурсы развития личности, возрастной аспект, этнокультурный контекст.

В конце XX века вопрос о природе интегрального психологического конструкта «интеллект» стал одной из ключевых тем в исследовании успешности деятельности в тех сферах, где коммуникации играют ведущую роль (лидерство, продажи, бизнес, политика, военная сфера и т. д.). В последние годы концепции неакадемического интеллекта стали обсуждаться и в популярных изданиях по бизнесу, политике, саморазвитию. Учитывая актуальность запроса на изучение данной проблемы, необходимо внести ясность в определение данных конструктов. На основе разбора истории изучения неакадемических форм интеллекта М. А. Холодной [1] и Р. Стернберга [2] определим несколько особенностей данных конструктов.

Во-первых, концепции неакадемического интеллекта возникли как отклик на несостоятельность (прогностическую и содержательную) моделей академического интеллекта. Среди таких «новых» форм интеллекта выделяют: социальный интеллект (Торндайк, Космитский и Джон, Гилфорд, Риггио, О'Салливан и др.), эмоциональный интеллект (Гоулман, Мейер и коллеги, Бар-Он и др.), практический или «успешный» интеллект (Стернберг и коллеги), внутриличностный и межличностный интеллекты (Гарднер), а также духовный интеллект (Боулби), эстетический интеллект (Браун) и др. Следовательно, уже при определении интеллекта, его количества, структуры и форм возникают противоречия. Более того, нет единого мнения даже о самой возможности существования не только неакадемического интеллекта, но и интеллекта вообще (как реального психического явления). Так, в критическом обзоре западных теорий интеллекта Р. Стернберг отмечает, что «теоретики интеллекта не согласны друг с другом во многом, и довольно странно, что они пришли к минимальному согласию в вопросе о том, что же такое интеллект помимо способности гибко адаптироваться к окружающей среде» [2, С. 23].

Предназначение любой формы интеллекта – адаптация (или шире, взаимодействие) к реальности, которую нельзя свести только к абстрактным задачам, и которая включает и социальную реальность. Все неакадемические

формы интеллекта (рассмотрим их на примере таких разработанных форм как социальный, эмоциональный и практический интеллект) включают социальный аспект реальности: межличностные отношения, коммуникации, особенности личности, – т. е. реализуются в сфере «субъект-субъектных» отношений, а не отношений «субъект-абстрактный объект» как в задачах на исследование академического интеллекта. Отсюда проявления интеллекта в системах «человек-субъект общения» (эмоциональный интеллект) или «человек-социальная среда» (социальный интеллект).

Во-вторых, и М. А. Холодная, и Р. Стернберг рассматривают историю развития теорий интеллекта как историю, в первую очередь, развития методик диагностики интеллекта, а не как личностный ресурс и фактор адаптации личности к социальной реальности. М. А. Холодная [1, С. 13] отмечает, что истоки дискуссии о количестве интеллектов берут начало именно в психологии. Тестовые методики уделяют внимание именно формальной стороне, тогда как слабые сигналы социального, невербального характера отрицаются или слабо представлены. Хотя для задач, которые решают социальный и эмоциональный интеллект именно контекст и интерпретация ситуации являются важными факторами, определяющими результат взаимодействия.

В-третьих, интересной кажется и идея Р. Стернберга и коллег о том, что представление об интеллекте зависит от возраста (т. е. круга тех проблем и задач, с которыми сталкивается субъект в процессе своего развития). Взрослые в меньшей степени склонны связывать интеллект с перцептивно-моторной функцией, и в большей – с функцией познания. Представления об интеллекте у старших детей многоаспектнее, чем у младших: старшие дети не оценивают интеллект только по внешним, очевидным, поведенческим проявлениям. Объяснить данный результат можно и ростом самосознания, и изменением осведомленности о теме интеллекта, и повторением в онтогенезе вех развития интеллекта в филогенезе (от наглядно-действенному к наглядно-образному мышлению и потом к абстрактно-логическому мышлению). Следовательно, интеллект «растет» вместе с его носителем, усложняясь и включая более сложные аспекты социальной реальности, развивая возможности пространственно-временного прогноза социальной ситуации.

В-четвертых, неявные формы проявления интеллекта (неосознаваемые и невербализуемые, что затрудняет их описание) даны в форме интуиции и мудрости (которые Р. Стернберг рассматривает как особые формы интеллекта). Мудрость людей старшего возраста включает не только когнитивный опыт, но и важный личностный элемент: ценностную оценку ситуации, индивидуальный подход. Данная возрастная специфика может объяснить то, что люди старшего возраста дольше решают когнитивные задачи, с которыми быстро справляются молодые люди: т.к. они не просто решают задачи, а ищут свой способ решения и интерпретации. Следовательно, на основе модели Стернберга (цель-интерпретация цели-задача-контекст-стратегия) можно сопоставить исследования о представлениях об интеллекте как субъективном переживании психического феномена, зависящего от личностной интерпретации всех пяти составляющих.

В-пятых, существуют и этнокультурные особенности представления об интеллекте как субъективном переживании психического феномена. Р. Стернберг утверждает, что в различных культурах интеллект воспринимается

ется неодинаково: западные представления об интеллекте во многом отличаются от представлений других культур. Данный вывод может объяснять и тот «исторический казус», который сформировал отношение к первым академическим тестам на интеллект как стереотипным инструментам, подчеркивающим априорное превосходство одних рас и слоев общества над другими.

Р. Стернберг [2] указывает на пять факторов, главенствующих в тайваньско-китайских представлениях об интеллекте: общий когнитивный фактор, межличностный интеллект, внутриличностный интеллект, интеллектуальная самооценка и интеллектуальное самоуничижение. Чен отмечает три фактора, обуславливающих китайские представления об интеллекте: способность к невербальному рассуждению, способность к вербальному рассуждению и механическую память. Джилл и Китс отметили различия в оценках студентов австралийского университета, которые считают интеллектом теоретические навыки и способность адаптироваться к новым событиям, и малайских студентов, рассматривающих интеллект как практические навыки, речь и творчество. Серпелл заметил, что взрослые замбийского племени Чева уделяют особое внимание социальной ответственности, сотрудничеству и повиновению. Кенийские родители воспринимают ответственное участие в семейной и социальной жизни как важный аспект интеллекта. Акцент на социальных сторонах интеллекта, по мнению Р. Стернберга, является неотъемлемой частью азиатской и африканской культур в большей степени, чем это свойственно представлениям на Западе, хотя и там существует многовариантность концепций интеллекта. Кроме того, практические знания, важные в жизни, отрицательно коррелируют в ряде исследований со школьными успехами (в английском языке) и с баллами, набранными в рамках обычных тестов на кристаллизованные способности.

Более того, даже слова, обозначающие интеллект, в разных странах обладают разной коннотацией. Так, в Зимбабве слово, обозначающее интеллект (ngware) подразумевает благоразумие и осторожность (dasen). Жители Кении имеют разные представления об интеллекте, понятие которого выражают четыре различных слова. Одно из них, *rieko*, означает нечто очень сходное с западным представлением об интеллекте, но другие три совершенно от него отличны. Кроме того, родители и дети, по-видимому, больше ценят *luoro* (тип социально-практического интеллекта), чем *rieko*. Отметим, что и прилагательные русского языка, характеризующие развитую когнитивную сферу, крайне разнообразны: разумный, умный, интеллектуальный, смысленный, толковый, одаренный, гениальный, творческий, мудрый и др., – также обладают нюансами семантики.

Итак, самооценка интеллекта различается в разных странах, культурах, даже в разные периоды жизни человека. Интеллект – это отражение представлений определенного социума и культуры, а само проявление интеллекта зависит от того, какие практические задачи интеллект выполняет. Обобщая существующие модели социального и эмоционального интеллектов [1, 2, 3, 4, 5] можно заключить, что форма социального интеллекта включает отношения «субъект-социальная ситуация», а форма эмоционального интеллекта – отношения «субъект-субъект».

Рассмотрим составляющие эмоционального интеллекта по Д. Гоулману [3] (самосознание, самоконтроль, социальная чуткость, управление отношениями) и связанные с ними навыки.

Самосознание включает осознание своих эмоций (анализ эмоций и их воздействия на нас), использование интуиции при принятии решений, точную самооценку (понимание собственных сильных сторон и пределов своих возможностей), уверенность в себе (чувство собственного достоинства и адекватная оценка своей одаренности). Самоконтроль включает умение контролировать разрушительные эмоции, открытость (проявление честности и прямоты, надежность), адаптивность (гибкое приспособление к меняющейся ситуации и преодоление препятствий), волю к победе (настойчивое желание улучшать производительность ради соответствия внутренним стандартам качества), инициативность (готовность к активным действиям и умение не упускать возможности), оптимизм (умение позитивно смотреть на вещи).

Социальная чуткость включает сопереживание (умение прислушиваться к чувствам других людей, понимание их позиции и активное проявление участливого отношения к их проблемам), деловую осведомленность (понимание текущих событий, иерархии ответственности и политики на организационном уровне), предупредительность. Управление отношениями включает воодушевление (умение вести за собой, рисуя захватывающую картину будущего), влияние (владение рядом тактик убеждения), помощь в самосовершенствовании (поощрение развития способностей других людей с помощью отзывов и наставлений), содействие изменениям (способность инициировать преобразования, совершенствовать методы управления и вести в новом направлении), урегулирование конфликтов, укрепление личных взаимоотношений (культивация и поддержание сети социальных связей), командную работу и сотрудничество.

Социальные навыки (социальная чуткость и управление отношениями) по описанию пересекаются с характеристиками социального интеллекта. Именно в период обучения в школе и вузах происходит первый важный скачок в развитии эмоционального интеллекта. На ранних стадиях развития личности (в период обучения в школе и вузе) данное становление, как отмечает Гоулман, проходит быстрее, чем у взрослых, в силу большей пластичности нервной системы школьников и студентов.

Идея социального интеллекта, как отмечает Р. Стернберг, изначально была предложена Торндайком, который определил понятие социального интеллекта как общую способность понимать других и действовать или поступать мудро в отношении других. Расширенные трактовки учитывают знания о людях, способность легко сходиться с другими, ставить себя на место другого (дистанцироваться), критически и правильно оценивать чувства, настроения и мотивацию поступков других людей. Формулировка Векслера определяет социальный интеллект как приспособленность индивида к человеческому бытию. Космитский и Джон обозначают семь составляющих социального интеллекта: это и когнитивные элементы (оценка перспективы, понимание людей, знание социальных правил, открытость в отношении к окружающим), и поведенческие элементы (способность иметь дело с людьми, социальная приспособляемость, теплота в межличностных отношениях).

Таким образом, для работы социального и эмоционального интеллектов должны быть учтены не только когнитивные, эмоционально-волевые, но и коммуникативные и ценностно-мотивационные качества личности. Более того, при взаимодействии людей без учета социальной ситуации (эмоциональный интеллект) и при взаимодействии людей с учетом социальной ситуации (социальный интеллект) происходит взаимодействие именно личностей со всей спецификой их личностных сфер. Соответственно, возникает линейка градаций интерпретации взаимодействия системы «субъект-социальная ситуация (другой субъект)», которую, с учетом идеи Р. Стернберга, можно обобщить в функционально-динамичную схему: индивидуальная цель (личность и ее система ценностей) – социальная и эмоциональная ситуация (другие люди, их взаимодействие, развитие ситуации во времени) – интерпретация цели с учетом социального контекста – формулировка задачи взаимодействие с учетом контекста – выбор стратегии.

Более того, основываясь на теории зоны ближайшего развития Л. С. Выготского, навыки социального и эмоционального интеллектов можно поделить на интеро- и экстеро- навыки. Интериоризация социальной ситуации, расширение социального опыта позволяют рассматривать не только отдельного субъекта, но и социального субъекта (команду, общество) как часть социальной системы. Данный ракурс оценки социальной системы позволяет применять модели социального и эмоционального интеллектов в межличностном общении, политическом дискурсе и медиакоммуникациях. Так, идеи выбора стратегии общения с учетом социального контекста появляются в работах по противостоянию влиянию и манипуляции [4, 6, 7]. Кроме того, развитие отдельных навыков социального и эмоционального интеллектов, а также их интеграция способствуют развитию личности в онтогенезе: от формирования социальной интуиции к социальному (эмоциональному) интеллекту, от социального (эмоционального) интеллекта к мудрости.

Список использованных источников

1. Холодная М. А. Психология интеллекта. Парадоксы исследования: учеб. пособие для бакалавриата и магистратуры // М.: Издательство Юрайт, 2019. – 334 с.
2. Практический интеллект / Роберт Дж. Стернберг, Джордж Б. Форсайт, Дженнифер Хедланд – СПб.: Питер, 2002. – 265 с.
3. Гоулман Д., Бояцис Р., Макки Э. Эмоциональное лидерство. Искусство управления людьми на основе эмоционального интеллекта // М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. 304 с.
4. Белова Е. В. Психология влияния и межличностного общения // СПб.: Издательство СПбГУТ, 2022. – 188 с.
5. Белова Е. В., Братковская Е. В. Развитие эмоционального интеллекта и лидерского потенциала молодежи в виртуальной среде // Большой Конференц-Зал: дополнительное образование – векторы развития. 2020. № 2 (6). С. 89-101.
6. Сидоренко Е. В. Тренинг влияния и противостояния влиянию // СПб.: Речь, 2004. – 256 с.
7. Марчук А. С. Хитрый как лис, ловкий как тигр. 36 китайских стратагем, которые научат выходить победителем – М.: Эксмо, 2023. – 304 с.

SOCIAL AND EMOTIONAL INTELLIGENCE AS A BASIC PERSONALITY'S ETHNO-CULTURAL AND AGE- RELATED COMMUNICATIVE RESOURCES

E. Belova

The article discusses the concepts of social and emotional intelligence as basic personality resources for effective communication in the interpersonal sphere, as well as in political discourse and media communications. The article describes the current state of the study of non-academic forms of intelligence in the age and ethno-cultural context. A generalized description of the psychological nature and the functional-dynamic structure of social and emotional intelligence is given.

Keywords: social intelligence, emotional intelligence, communicative resources of personality development, age aspect, ethno-cultural context.

Сведения об авторе

БЕЛОВА Елизавета Васильевна – кандидат психологических наук, доцент, доцент кафедры социально-политических наук, Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича, (г. Санкт-Петербург, Россия), limax3@yandex.ru

УДК 339.138:681.3

КОММУНИКАЦИОННЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ В ИНТЕРНЕТ-СРЕДЕ КАК СОВРЕМЕННОЕ СРЕДСТВО ЭФФЕКТИВНОГО МАРКЕТИНГА

А. А. Быстрова

В данной статье подробно анализируются современные коммуникационные инструменты, которые активно и достаточно эффективно используются в сфере маркетинга. Кроме того, рассматриваются основные аспекты, которые влияют на развитие данных инструментов в интернете, и как следствие отражаются на всей системе маркетинга. В завершении делается вывод об эффективности использования проанализированных коммуникационных инструментов.

Ключевые слова: маркетинг, коммуникационные инструменты, современная коммуникация, продвижение бизнеса, сеть, интернет-среда, инструменты в сфере маркетинга.

Современное общество достаточно динамично меняется и совершенствуется, благодаря чему развиваются и становятся популярными новые сферы деятельности, а какие-то вовсе исчезают. И как бы активно не шел процесс глобализации, внедрения различных технологий, появления новых сфер, рынок товаров и услуг будет всегда востребован и популярен.

Как всем известно, для активной реализации товаров и услуг необходимо использовать различные инструменты рекламы и продвижения для их успешной реализации. Как раз этим и занимается такая сфера как маркетинг – способ повышения эффективности предпринимательской деятельности [1].

Если мы ведем речь о современном маркетинге, то необходимо сказать, что с появлением и развитием интернета, данная сфера начала активно меняться и подстраиваться под новые современные реалии. Так и появился такой вид маркетинга как цифровой или онлайн-маркетинг. Он подразумевает под собой продвижение товаров или услуг посредством интернета и различных его цифровых инструментов (ведение официальных страниц в социальных сетях, реклама, мультимедийные сообщения и многое другое), в том числе и активные коммуникационные инструменты. Благодаря им в маркетинге начал проследиваться такой важный аспект как персонализация взаимодействия с потенциальными покупателями или потребителями услуг.

Стоит отметить, что основным инструментом эффективных маркетинговых коммуникаций в онлайн-среде является возможность внедрять в рекламу и средства PR интерактивности, которые усиливают маркетинговое сообщение, дают возможность передавать большое количество информации, но они не теряются в потоке, а будут грамотно структурированы, а также позволяют получить быструю обратную реакцию и обратить внимание на рекламируемый товар, возможно даже посмотреть на него с другой стороны.

Важно сказать, что привычные для всех традиционные инструменты и каналы маркетинговой коммуникации не работают в интернете так эффективно. Также, в свою очередь, возможности виртуальной среды ставят перед

современными компаниями достаточно сложную задачу их эффективного применения и активного внедрения в процесс своей деятельности, и требуют адаптации традиционных и разработки новых форм ведения коммерческой деятельности [2].

Так как интернет-среда достаточно насыщенная и активная из-за большого потока информации и контента, их всесторонней доступности, неограниченности по тематическим аспектам и др., аудитории свойственно быстро менять свои запросы и отказываться от привычных форм и способов потребления информации.

Еще одной особенностью современных маркетинговых коммуникаций в онлайн-среде является то, что аудитория имеет возможность общаться между собой, тем самым делиться своим мнением с другими, а иногда и тем самым влиять на выбор.

Ранее мы затрагивали аспект интерактивности, наряду с ним важно говорить и об гипертекстуальности маркетинговых технологий, которая подразумевает нелинейное потребление информации, или также можно назвать его фрагментарным – когда аудитория может переходить с одного тематического поля в другое и обратно, тем самым выбирая то, как она хочет осваивать информацию, под каким углом, и какой именно аспект захватывать в поле своего изучения [2].

Рассмотрим непосредственно сами формы и виды маркетинговых инструментов в онлайн-коммуникации и проанализируем их особенности и функции.

Прежде всего, это электронные платформы, сайты или ресурсы компаний, где можно посмотреть подробную информацию о ней, об ее услугах, подробно изучить команду специалистов (если такие имеются) и т. д. Но необходимо отметить, что важна актуализация данных сведений на постоянной основе, их обновление. Это важно для того, чтобы «подогревать» и в дальнейшем поддерживать интерес аудитории, не терять постоянных клиентов и привлекать новых.

Следующим важным, популярным и эффективным инструментом является реклама. Здесь мы говорим о разного рода и видах рекламы (баннерная, видеореклама, контекстная (поисковая), «всплывающие окна» и т. д.), и о различных рассылках на электронные почтовые адреса и телефоны. Сюда же можно добавить и платформы с объявлениями, участие в качестве партнеров на различных, в том числе, и онлайн-мероприятиях, трансляциях, где можно рекламировать свои товары и услуги, и другое.

Еще одним важным инструментом, который можно обозначить как отдельный вид, является ведение официальных страниц в различных социальных сетях и интернет-платформах, где можно размещать актуальные акции, скидки, купоны, призыв делать репосты за выгоду, предоставление скидок за заказ через сайт, а также активно проводить рг-кампании, которые могут привлекать потенциальных клиентов. Например, сейчас очень популярны такие манипуляции в Telegram, ВКонтакте и т. п.

Благодаря данной коммуникации можно расширить свою аудиторию, в части молодежи, так как чаще всего они потребляют информацию через интернет и социальные сети, тем самым являются потенциальными клиентами и покупателями. Для них можно на постоянной основе публиковать коммуникативные посты и делать истории. Попутно отметим, что для коммуника-

ционных манипуляций в сфере маркетинга важно всегда понимать, на какую аудиторию нужно работать и как на нее влиять, от этого зависит эффективность действий. Например, для молодежи можно работать в развлекательном направлении, а вот взрослая аудитория готова к коммуникациям в виде образовательного или развивающего контента.

Компания, представители малого бизнеса и т. п. могут использовать сразу все свои цифровые инструменты маркетинга и платформы, но это достаточно сложно, так как для результативности необходимо поддерживать высокий уровень качества контента, а могут развиваться только в одном направлении, например, только в социальных сетях, посредством ведения своего канала в Telegram, и продвигать свои товары или услуги там, работая на свою небольшую, но активную аудиторию.

Стоит отметить, что спектр коммуникационных инструментов для маркетинговых целей постоянно расширяется. В нашей работе были перечислены далеко не все возможные, но, на наш взгляд, самые популярные и эффективные для реализации основных задач и функций из маркетинговой сферы.

Также важно сказать, что перечисленные нами коммуникационные инструменты маркетинговой среды имеют как большое количество преимуществ, так и свои особенные недостатки. И специалистам маркетинга важно понимать, что определенный инструмент подходит для интернет-платформы, а какой-то нет, тем самым процесс продвижения товаров и услуг может быть неэффективен. Поэтому перед тем, как проводить маркетинговые кампании по продвижению товаров, необходимо провести анализ рынка, аудитории, возможности интеграции маркетинговых коммуникаций, стратегические роли отдельных механизмов и т. д., чтобы понять будет ли продуктивность у задуманной кампании или нет.

И еще один важный аспект – это обеспечение непрерывного и четкого процесса маркетинговых коммуникаций, а также максимизации воздействия коммуникативных программ. В связи с тем, что залог успеха в данной отрасли – это постоянство, т. к. сейчас поток информации достаточно обилен и непрерывен, человек может забыть или потеряться в таком потоке, поэтому необходимо постоянно напоминать ему о том или ином продукте, или компании.

Стоит отметить, что перечисленные нами коммуникативные инструменты маркетинга в интернете различаются и по бюджету, так как далеко не каждый представитель малого бизнеса или компании может позволить себе дорогостоящую рекламу, например, в социальных сетях у блогеров (такая реклама может стоить более миллиона рублей), поэтому также следует выбирать коммуникативные инструменты по бюджету и учитывать и этот аспект.

Из всего вышесказанного мы можем сделать вывод, что интернет дает много возможностей для простого и быстрого расширения своей аудитории посредством различных маркетинговых механизмов, а также проанализировать ряды конкурентов и понять свои сильные и слабые стороны и, конечно, способствует развитию новых эффективных инструментов продвижения, например, коммуникативные инструменты, которые были подробно рассмотрены и проанализированы в данной работе.

Попутно отметим, что мы пришли к выводу, что для более эффективного маркетинга необходимо использовать и традиционные инструменты, и новые коммуникационные онлайн-инструменты, которые удвоят эффект и будут

способствовать разработке и внедрению новых форм маркетинговых механизмов для успешной реализации товаров и услуг на современном рынке.

Список использованных источников:

1. Киреев Н. Н. Ключевые направления повышения эффективности предпринимательской деятельности в современных условиях хозяйствования // Социально-экономические явления и процессы. – 2015. – №7. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/klyucheveye-napravleniya-povysheniya-effektivnosti-predprinimatelskoj-deyatelnosti-v-sovremennyh-usloviyah-hozyaystvovaniya> (дата обращения: 22.09.2023).

2. Поначугин А. В., Битюкова А. А., Дружинина К. Е. Коммуникационные инструменты интернет-среды как современное средство продвижения бизнеса [Электронный ресурс] // НК. – 2022. – №4. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kommunikatsionnye-instrumenty-internet-sredy-kak-sovremennoe-sredstvo-prodvizheniya-biznesa> (дата обращения: 23.09.2023).

COMMUNICATION TOOLS IN THE INTERNET ENVIRONMENT AS A MODERN MEANS OF EFFECTIVE MARKETING

A. Bystrova

This article analyzes in detail modern communication tools that are actively and quite effectively used in the field of marketing. In addition, the main aspects that influence the development of these tools on the Internet are considered, and as a result are reflected in the entire marketing system. Finally, a conclusion is drawn about the effectiveness of using the analyzed communication tools.

Keywords: marketing, communication tools, modern communication, business promotion, network, Internet environment, marketing tools.

Сведения об авторе

БЫСТРОВА Анастасия Александровна – магистрант кафедры журналистики, Белгородский государственный национальный исследовательский университет, (г. Белгород, Россия), ms.dystrova@mail.ru

УДК 316.28:316.77

КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ В КОНТЕКСТЕ ЦИФРОВИЗАЦИИ СОЦИАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ

А. А. Вашило, М. В. Лесниченко-Роговская

В статье рассмотрены вопросы корпоративной социальной ответственности в контексте цифровизации социальных коммуникаций. Проанализировано использование корпоративной социальной ответственности и социальных коммуникаций на примере компании А1 в Республике Беларусь.

Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность, социальные коммуникации, цифровизация, компания А1, устойчивое развитие.

Корпоративная социальная ответственность и цифровая трансформация являются одними из важнейших факторов глобальной конкурентоспособности в современном мире. Корпоративная социальная ответственность – это концепция, согласно которой компании добровольно учитывают интересы всех заинтересованных сторон (клиентов, сотрудников, партнеров, общества) в своей деятельности и стремятся способствовать устойчивому развитию. Корпоративная социальная ответственность подразумевает не только соблюдение законов и норм, но и инициативу, инновации и лидерство в решении социальных и экологических проблем. Современная бизнес-среда постоянно меняется. Эти изменения в значительной степени зависят от технического прогресса. В настоящее время технология является одним из ключевых факторов цивилизации и социальных изменений.

Технологии и интернет-платформы стали неотъемлемой частью нашей повседневной жизни, и корпорации теперь имеют большую возможность влиять на общество и создавать положительные изменения. Первоначально корпоративная социальная ответственность предполагала осознанное включение внутрикорпоративных практик, направленных на минимизацию отрицательного влияния организации на окружающую среду и общество в целом. Однако с развитием цифровых коммуникаций, корпоративная социальная ответственность начала охватывать и другие аспекты взаимодействия компании с потребителями и обществом.

Цифровизация социальных коммуникаций открывает новые возможности для компаний в области корпоративной социальной ответственности. Например, они могут использовать социальные сети и другие онлайн-платформы для повышения осведомленности о своих социальных и экологических инициативах, а также для взаимодействия с потребителями и получения обратной связи.

Одним из примеров инициативы в сфере корпоративной социальной ответственности в контексте цифровизации социальных коммуникаций является блокчейн-технология. Блокчейн позволяет создавать прозрачные и безопасные технологические решения, которые могут быть использованы для улучшения условий жизни людей. Например, компании могут использовать

блокчейн для отслеживания цепочки поставок товаров, чтобы гарантировать их экологическую и социальную устойчивость.

Еще одним примером корпоративной социальной ответственности в цифровой среде является разработка программ, платформ и приложений, которые способствуют распространению знаний и доступности образования. Многие компании разрабатывают онлайн-учебные курсы, видеолекции и другие ресурсы для общества, чтобы улучшить доступность образования и повысить уровень информированности.

Цифровизация предоставляет возможности для корпораций активно взаимодействовать с обществом, демонстрировать свою корпоративную социальную ответственность и получать обратную связь. Компании могут использовать социальные сети и другие платформы для проведения онлайн-консультаций, опросов и обсуждений, что позволяет вовлечь людей в процесс принятия важных решений и учесть их мнение.

Организации и компании должны строго следить за этическими принципами в цифровом пространстве. Это включает в себя соблюдение конфиденциальности данных пользователей, борьбу с фейками и манипуляциями информацией, а также с кибербуллингом и выполнение требований для онлайн-безопасности.

Также важно создавать долгосрочные партнерства с другими организациями и сообществами для достижения совместных целей. В цифровой среде это может быть партнерство с блогерами и инфлюенсерами, которые делятся информацией о социально ответственных инициативах компании с их аудиторией, или сотрудничество с другими компаниями для совместной разработки проектов.

Следует отметить, что компании должны быть готовы к риску негативного реагирования в цифровом пространстве и иметь стратегию для эффективного управления такими рисками. Это включает в себя мониторинг и реагирование на отзывы пользователей, эффективное управление кризисной коммуникацией и готовность к принятию отрицательных отзывов и конструктивной критики. Цифровые коммуникации предоставляют компаниям больше возможностей для продвижения своих социально ответственных инициатив, но они также вносят свои вызовы и риски.

Разработка и претворение в жизнь эффективных стратегий и инструментов для реализации социально ответственных инициатив в цифровой среде является ключевым фактором для успеха компании в достижении положительных изменений в обществе и укреплении своей репутации.

Компании, которые осуществляют корпоративную социальную ответственность в области цифровизации социальных коммуникаций, должны стремиться к следующим целям:

- обеспечение безопасности, надежности и эффективности цифровых технологий для социальных коммуникаций;
 - соблюдение этических принципов и прав человека в отношении цифрового контента и данных;
 - предотвращение или минимизация негативных последствий цифровизации социальных коммуникаций для индивидов, групп и общества;
 - содействие развитию цифровых навыков и компетенций у пользователей и работников;
-

– вклад в решение социальных проблем с помощью цифровых технологий для социальных коммуникаций;

– участие в диалоге и сотрудничестве с заинтересованными сторонами по вопросам цифровизации социальных коммуникаций.

УП «А1» расширяет перечень оказываемых телекоммуникационных, инфокоммуникационных и контент-услуг, что тем самым привлекает внимание клиентов и увеличивает долю на рынке услуг в Республике Беларусь.

Компания А1 выделяется своей экологической и социальной ответственностью, применяя более эффективные, ресурсоемкие и, таким образом, более устойчивые способы работы [1]. Экологическое, социальное и корпоративное управление (ESG) рассматривается в качестве долгосрочных ценностных факторов компании, которые также влекут за собой экономические выгоды, например, за счет сокращения потребления энергии, снижения как негативного воздействия на окружающую среду, так и издержек компании [2].

Стратегия устойчивого развития компании «А1» основана на текущем материальном анализе и направлена на использование потенциала цифровизации для окружающей среды, людей и общества, минимизируя при этом свой собственный экологический след. Компания «А1» регулярно участвует в международных рейтингах и индексах по оценке корпоративной социальной ответственности.

Благодаря использованию цифровых носителей цифровизация создает важную основу для равного доступа к информации, образованию и знаниям. Цифровизация может уменьшить негативное воздействие на окружающую среду и растрату ресурсов, тем самым поддерживая борьбу с изменением климата. Компания А1 вносит существенный вклад в содействие экологической устойчивости, сохранению ресурсов и обеспечению равных возможностей в обществе на благо людей и окружающей среды. В соответствии с корпоративным принципом «Расширение возможностей цифровой жизни» компания А1 уже достигла своей цели – быть не только поставщиком инфраструктуры, возможностей подключения и пропускной способности, но и компаньоном в цифровой трансформации для своих клиентов.

Принятые системы управления в компании «А1» помогают систематически осуществлять запланированные мероприятия. Эти меры варьируются от сертифицированных систем управления окружающей средой и энергетикой до сертифицированной системы управления соответствием.

Компания А1 следует принципам Глобального договора ООН, важнейшей в мире инициативы в области корпоративной социальной ответственности и устойчивого развития [3]. С помощью стратегии «Чистая энергия» компания стремится непрерывно увеличивать долю электроэнергии, вырабатываемой из возобновляемых источников энергии.

Организация обслуживания клиентов в компании УП «А1» включает в себя:

1. Отдел обслуживания клиентов – специальный отдел, отвечающий за обработку запросов клиентов, жалоб и поддержку. Этот отдел может быть организован в различные группы или подразделения, в зависимости от сложности продуктов или услуг компании.

2. Каналы поддержки клиентов. Компания предлагает клиентам различные каналы связи со службой поддержки, такие как мобильная связь,

электронная почта, чат или социальные сети. Компания предлагает варианты самообслуживания, такие как база знаний или раздел часто задаваемых вопросов.

3. Агентов по обслуживанию клиентов. Агенты, которые отвечают за обработку запросов клиентов и решение проблем. Они могут быть обучены обработке определенных типов запросов, таких как техническая поддержка или запросы на выставление счетов.

Показатели обслуживания клиентов: компания A1 использует метрики для отслеживания эффективности своего отдела обслуживания клиентов, такие как время отклика, скорость решения вопроса или проблемы, оценка удовлетворенности клиентов или чистая оценка промоутера (NPS).

Компания A1 поощряет безопасное и ответственное использование онлайн-технологий и мобильных устройств среди детей и молодежи, в том числе с помощью таких инструментов, как приложение netHELP, которое позволяет пользователям анонимно сообщать о кибер-насилии и общаться с экспертами [4]. Волонтеры компании A1 проводят семинары по вопросам безопасного Интернета для школьников и семинары по цифровой грамотности для пожилых людей. Кроме того, компания A1 подписала Декларацию о безопасности детей в Интернете, которая направлена на повышение осведомленности общественности и родителей по этому важному вопросу, создание более благоприятных и безопасных условий для детей в сети Интернет и содействию защите детей и молодежи.

Цифровизация социальных коммуникаций также несет в себе вызовы и риски, связанные с приватностью и безопасностью данных. Компании, осуществляющие цифровую трансформацию своих коммуникаций, должны обеспечивать защиту личной информации своих пользователей и клиентов. Это может быть достигнуто путем применения современных технологических решений, шифрования данных и строгих правил конфиденциальности.

Для обеспечения безопасности оказания инфокоммуникационных услуг, таких как облачные сервисы, домашний или мобильный офис, мобильные команды, удаленная эксплуатация и поддержка, компания A1 разработала свои требования в форме современных стандартов и руководящих принципов, которые регулируют корпоративную информационную безопасность. Компания A1 уделяет особое внимание предотвращению рисков для критически важных сетевых элементов. Компания A1 соблюдает международные ИТ-стандарты в области техники безопасности (ISO 27001) [4]. Важным элементом управления киберугрозами является постоянный мониторинг и обновление программного обеспечения для инфраструктуры, которая должна быть защищена, а также непрерывное обучение сотрудников.

Эффективное информирование о деятельности компании в области корпоративной социальной ответственности оказывает значительное влияние на социальные коммуникации и взаимодействие с потенциальными клиентами. Для того чтобы компании могли успешно реализовывать свои социально ответственные инициативы в цифровой среде и добиваться положительных изменений в обществе, важно разработать соответствующие стратегии и инструменты. Цифровые коммуникации должны быть интегрированы в стратегию социальной ответственности компании и использоваться параллельно с физическим присутствием и взаимодействием.

Примерами корпоративной социальной ответственности в контексте цифровизации социальных коммуникаций могут быть следующие мероприятия:

- разработка или поддержка цифровых платформ для социального волонтерства, благотворительности, образования, культуры, здоровья и т. д.;
- предоставление бесплатного или льготного доступа к цифровым технологиям для уязвимых групп населения;
- внедрение механизмов проверки фактов, модерации, фильтрации и удаления нежелательного или вредного цифрового контента;
- разработка и применение стандартов качества, прозрачности и отчетности для цифровых технологий для социальных коммуникаций;
- обучение и повышение квалификации пользователей и работников по вопросам цифровой грамотности, этики, прав и обязанностей.

Таким образом, компании имеют все больше возможностей использовать цифровые коммуникации для продвижения своих социально ответственных инициатив. Предприятия и организации осознали важность участия в мероприятиях по корпоративной социальной ответственности в качестве способа общения с заинтересованными сторонами, в том числе с клиентами и потребителями. Однако компании также сталкиваются с новыми вызовами и рисками, связанными с цифровым пространством. Важно разработать стратегии и инструменты, которые позволят компаниям успешно реализовывать корпоративную социальную ответственность в цифровой среде и добиваться положительных изменений в обществе.

Список использованных источников

1. Социальная ответственность компании А1. [Электронный ресурс] // Официальный сайт «А1» URL: <https://www.a1.by/ru/company/social> (дата обращения: 21.10.2023).
2. ESG at A1 Group. [Электронный ресурс] // Официальный сайт «А1» URL: <https://a1.group/esg/> (дата обращения: 22.10.2023).
3. ESG Goals. [Электронный ресурс] // Официальный сайт «А1» URL: <https://a1.group/esg/esg-goals/> (дата обращения: 22.10.2023).
4. ESG Ratings. [Электронный ресурс] // Официальный сайт «А1» URL: <https://a1.group/esg/ratings-and-certificates/> (дата обращения: 23.10.2023).

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN THE CONTEXT OF DIGITALIZATION OF SOCIAL COMMUNICATIONS

A. Vashchyla, M. Lesnichenko-Rogovskaya

The article discusses issues of corporate social responsibility in the context of digitalization of social communications. The use of corporate social responsibility and social communications was analyzed using the example of A1 in the Republic of Belarus.

Keywords: corporate social responsibility, social communications, digitalization, A1, sustainable development.

Сведения об авторах

ВАЩИЛО Анна Александровна – старший преподаватель, Институт бизнеса Белорусского государственного университета, (г. Минск, Белоруссия), vashchylahanna@gmail.com

ЛЕСНИЧЕНКО-РОГОВСКАЯ Мария Владимировна – кандидат педагогических наук, доцент, Институт бизнеса Белорусского государственного университета, (г. Минск, Белоруссия), mari_lesnichenko@mail.ru

УДК 004.946

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ VR И AR ДЛЯ УЛУЧШЕНИЯ ПРОЦЕССА КОММУНИКАЦИИ В КОМПАНИЯХ

В. В. Воробьева

В настоящей статье рассматривается влияние виртуальной и дополненной реальности на корпоративную среду, обосновывается важность этих технологий для улучшения коммуникации между сотрудниками и совместной работы. Приводятся конкретные примеры компаний, где VR и AR успешно применяются для обучения и обмена. Статья подчеркивает, как эти технологии могут способствовать повышению эффективности бизнес-процессов, а также указывает на проблемы, которые организации могут встретить при внедрении VR и AR.

Ключевые слова: VR, AR, коммуникация.

Введение

В современном мире, где бизнес-процессы становятся все более глобальными и распределенными, эффективная коммуникация внутри компаний становится ключевым фактором успеха. С внедрением технологий виртуальной и дополненной реальности (VR и AR) в рабочие процессы компаний открываются новые возможности для улучшения коммуникации и совместной работы сотрудников. Исследования подтверждают, что иммерсивный формат виртуальной реальности демонстрирует более высокую эффективность по сравнению с обычным просмотром 2D-материалов [1]. В данной статье рассматриваются преимущества и примеры использования VR и AR для улучшения коммуникации в организациях.

Виртуальная реальность и дополненная реальность

Виртуальная реальность

Виртуальная реальность представляет собой технологию, которая позволяет пользователям полностью погрузиться в виртуальное окружение с помощью специальных устройств, таких как VR-очки. Внутри виртуальной реальности пользователь может взаимодействовать с объектами и другими пользователями, находясь в цифровом пространстве, а не просто наблюдать их на экране [2].

Дополненная реальность

Дополненная реальность, с другой стороны, предоставляет пользователю информацию, дополняющую реальное окружение. Это может быть достигнуто с помощью мобильных устройств или AR-очков, которые отображают информацию на фоне реального мира. Пользователь видит реальное окружение, дополненное цифровыми элементами [3].

Возможности применения VR и AR для улучшения коммуникации

Коммуникация в компании — это процесс передачи информации, идей, данных и знаний между различными участниками организации с целью эффективного управления, сотрудничества, принятия решений и достижения общих целей. Это ключевой элемент внутренней организации компании,

обеспечивающий взаимодействие между сотрудниками, управленцами и подразделениями.

Виртуальная реальность и дополненная реальность предоставляют уникальные возможности для улучшения коммуникации в различных сферах. Вот основные сферы, где VR и AR могут использоваться для организации коммуникации:

1. Совместная работа

VR и AR предоставляют компаниям возможность создавать виртуальные рабочие пространства, где сотрудники могут встречаться и взаимодействовать в реальном времени, несмотря на географическое удаление. Это особенно важно для компаний с распределенными командами или филиалами. С помощью виртуальных комнат совещаний и инструментов для совместной работы в виртуальной среде, коллеги могут общаться, обсуждать проекты и принимать совместные решения, будто бы они находились в одном офисе.

2. Обучение и развитие сотрудников

VR и AR также находят широкое применение в обучении и развитии персонала. Виртуальные тренинги и симуляции позволяют сотрудникам получать практический опыт и навыки в безопасной и контролируемой среде. Это способствует повышению профессионального уровня сотрудников и сокращению времени, затрачиваемого на обучение. Кроме того, анализ данных обучения в VR и AR помогает улучшать программы обучения и оценивать прогресс обучающихся.

3. Сотрудничество

VR и AR также предоставляют инструменты для улучшения коммуникации внутри компании. Сотрудники могут использовать виртуальные доски и 3D-модели для более наглядного представления и обсуждения проектов. Они могут совместно работать над документами и презентациями в виртуальном пространстве, что способствует более эффективной совместной работе. Это особенно актуально в условиях удаленной работы, когда физические встречи ограничены. Такой формат ведет за собой повышение производительности сотрудников, уменьшение времени на принятие решений, сокращение затрат на обучение и увеличение качества коммуникации. Более тесное сотрудничество и улучшенная коммуникация способствуют более успешному выполнению проектов и достижению целей компании.

4. Клиентская коммуникация

Использование AR для удаленной диагностики и решения проблем позволяет IT-компаниям улучшить клиентскую коммуникацию. Это сокращает время на решение проблем и улучшает качество обслуживания.

Примеры успешного использования VR и AR в организациях

VR и AR нашли применение в организациях по всему миру и компании, которые используют AR и VR, оказались, в среднем на 26% прибыльнее своих конкурентов [4]. Вот несколько примеров успешного использования этих технологий в компаниях:

1. «Сбербанк»: компания внедрила VR-обучение для сотрудников банка. Это позволяет сотрудникам получать практический опыт, не покидая офиса, и улучшать навыки обслуживания клиентов [5].

2. «Газпром нефть»: компания активно использует AR для обучения своих сотрудников в различных областях, включая нефтяную и газовую промышленность [6].

3. «Ростелеком»: российская телекоммуникационная компания Ростелеком исследует применение VR и AR для улучшения коммуникации и обучения в различных областях [7].

4. «Норильский никель»: компания использует VR и AR в обучении и обслуживании оборудования на своих производственных площадках. Это помогает сотрудникам обрабатывать необходимые действия при возникновении возможных рисков на производстве [8].

5. X5 Group: компания использует VR для обучения сотрудников, что помогает улучшить коммуникацию с клиентами [9].

6. Microsoft (HoloLens и Microsoft Teams): компания разработала HoloLens, устройство дополненной реальности, и интегрировала его с платформой Microsoft Teams. Это позволяет пользователям проводить виртуальные совещания и общаться в формате дополненной реальности, визуализируя информацию и 3D-модели [10].

7. Cisco: компания Cisco разработала платформу Cisco Spark, которая интегрирует AR-функции для виртуальных совещаний и общения между сотрудниками. Это позволяет пользователям взаимодействовать с виртуальными объектами и данными во время совещаний [11].

8. IKEA: компания предоставляет приложение IKEA Place, которое использует AR для того, чтобы клиенты могли визуализировать мебель и предметы интерьера в своем доме перед покупкой. Это упрощает коммуникацию с клиентами и помогает им принимать более обоснованные решения о покупке [12].

9. Boeing: компания использует AR-технологии для обучения и коммуникации в процессе сборки и обслуживания своих самолетов с целью улучшения взаимодействия между руководителями и исполнителями, что упрощает коммуникацию и способствует повышению эффективности производства [13].

10. Ford Motor Company: компания использует VR для коммуникации и совместной работы над проектами. Их сотрудники могут использовать виртуальные среды для проектирования автомобилей и визуализации их характеристик [14].

11. IBM: компания создала собственную платформу для совместной работы в VR под названием IBM Watson Spatial Audio. Это позволяет сотрудникам IBM работать над проектами и проводить встречи в виртуальной среде, улучшая коммуникацию и сотрудничество [15].

Эти примеры демонстрируют разнообразное использование VR и AR в организациях, что помогает улучшить обучение и повысить эффективность работы.

Преимущества и проблемы использования VR и AR в компаниях

Среди преимуществ использования VR и AR в компаниях можно выделить:

1. Улучшение обучения и образования: VR и AR позволяют создавать интерактивные и более эффективные обучающие программы, включая симуляции, тренинги и виртуальные лаборатории.

2. **Повышение производительности:** в различных отраслях, таких как производство и обслуживание, VR и AR помогают сотрудникам получать информацию в реальном времени и повышать производительность задач.

3. **Улучшение коммуникации:** VR и AR могут улучшить коммуникацию внутри компании, позволяя визуализировать информацию, проводить виртуальные совещания и совместную работу над проектами.

4. **Лучшее вовлечение клиентов:** в розничной и маркетинговой сфере, AR позволяет клиентам взаимодействовать с продуктами и примерять их в виртуальном пространстве.

Однако это влечет за собой следующие проблемы:

1. **Высокие затраты:** внедрение VR и AR может быть дорогим, начиная с закупки оборудования и разработки программного обеспечения.

2. **Обучение и адаптация:** сотрудники могут потребовать времени для освоения новых технологий, и это может вызвать сопротивление изменениям.

3. **Технические ограничения:** ограниченное время автономной работы устройств и ограниченная производительность, могут снижать эффективность VR и AR.

4. **Приватность и безопасность:** вопросы, связанные с защитой данных и приватностью, могут возникнуть, когда компании собирают и обрабатывают информацию с помощью этих технологий.

5. **Совместимость и стандартизация:** отсутствие стандартов и совместимости между разными устройствами и платформами может создавать проблемы внедрения.

Несмотря на это, множество компаний успешно использует VR и AR для улучшения своей продуктивности, обучения и коммуникации, и с развитием технологий ожидается, что их влияние будет продолжать расти.

Заключение

Использование виртуальной реальности и дополненной реальности предоставляет компаниям новые возможности для улучшения коммуникации, обучения, разработки и клиентской интеракции. Примеры таких компаний, как Microsoft, «Сбербанк», «Ростелеком» показывают, что эти технологии уже успешно применяются в индустрии. Несмотря на проблемы, связанные с внедрением и использованием VR и AR, они предоставляют компаниям возможность стать более инновационными и конкурентоспособными на рынке.

Список использованных источников

1. Experiences in Virtual Reality: a Window to Autobiographical Memory [electronic resource] // Springer Link. URL: <https://link.springer.com/article/10.1007/s12144-017-9648-y> (last request: 01.11.2023).

2. Виртуальная реальность в Unity // М.: ДМК Пресс, 2016. — 316 с.

3. Папагианнис Х. Дополненная реальность. Все, что вы хотели узнать о технологии будущего // М.: Эксмо, 2019. — 288 с.

4. Влияние дополненной реальности на мозг — Layered [электронный ресурс] // Голографика — русскоязычное представительство сообщества разработчиков и предпринимателей в отрасли дополненной и виртуальной реальности (в РФ признан экстремистским). URL: <https://holographica.space/articles/layered-16753/> (дата обращения: 01.11.2023).

5. «Сбербанк Лизинг» запустил проект обучения с помощью инструментов вир-

туальной реальности [Электронный ресурс] // СберЛизинг. URL: <https://www.sberleasing.ru/about/news/2019/sberbank-leasing-zapustil-proekt-obucheniya-s-pomoshchyu-instrumentov-virtualnoy-realnosti/> (дата обращения: 01.11.2023).

6. «Газпром нефть шельф» внедрил виртуальную реальность в обучение сотрудников [электронный ресурс] // «Газпром нефть шельф». URL: <https://shelf.gazprom-neft.ru/press-center/news/gazprom-neft-shelf-vnedril-virtualnuyu-realnost-v-obuchenie-sotrudnikov?lang=ru> (дата обращения: 01.11.2023).

7. Учиться в VR, работать в реале: проект ПАО «Ростелеком» МРФ «Центр» [электронный ресурс] // Информационно-образовательный портал TheHRD. URL: <https://thehrd.ru/articles/uchitsja-v-vr-rabotat-v-reale-proekt-pao-rostelekom-mrf-tsentr/> (дата обращения: 01.11.2023).

8. В «Норильсктрансгаз» запустили виртуальную реальность [электронный ресурс] // Сетевое издание «Таймырский телеграф». URL: <https://www.ttelegraf.ru/news/v-norilsktransgaze-zapustili-virtualnuyu-realnost/> (дата обращения: 01.11.2023).

9. VR-обучение — Инновации X5 Group [электронный ресурс] // X5 Group. URL: <https://www.x5lab.ru/projects/vr-obuchenie> (дата обращения: 01.11.2023).

10. Microsoft HoloLens 2 [электронный ресурс] // Официальный сайт Microsoft. URL: <https://www.microsoft.com/ru-ru/hololens> (дата обращения: 01.11.2023).

11. Virtual Reality, Meet Cisco Spark [electronic resource] // Cisco. URL: <https://blogs.cisco.com/collaboration/cisco-spark-in-virtual-reality> (last request: 01.11.2023).

12. IKEA Place app launched to help people virtually place furniture at home [electronic resource] // IKEA. URL: <https://www.ikea.com/global/en/newsroom/innovation/ikea-launches-ikea-place-a-new-app-that-allows-people-to-virtually-place-furniture-in-their-home-170912/> (last request: 01.11.2023).

13. Безопасная реальность: как авиакомпании используют VR-технологии [электронный ресурс] // Официальный сайт Сбербанка. URL: <https://sber.pro/publication/bezopasnaia-realnost-kak-aviakompanii-ispolzuiut-vr-tekhnologii> (дата обращения: 01.11.2023).

14. Применение виртуальной реальности для работы с цифровыми моделями [электронный ресурс] // Сайт «Автоматизация в промышленности». URL: <https://avtprom.ru/news/2021/07/26/primenenie-virtualnoi-re> (дата обращения: 01.11.2023).

15. Виртуальная реальность в учебе — учить учиться, как в настоящей жизни [электронный ресурс] // Официальный сайт проекта GlobalCIO DigitalExperts. URL: <https://globalcio.ru/discussion/32509/> (дата обращения: 01.11.2023).

*Статья представлена научным руководителем,
кандидатом технических наук, доцентом Т. И. Белой*

USING VR AND AR TO IMPROVE THE COMMUNICATION PROCESS IN COMPANIES

V. Vorobyova

The present article examines the impact of virtual and augmented reality on the corporate environment, justifying the significance of these technologies in enhancing communication among employees and promoting collaboration. Specific examples of

companies successfully utilizing VR and AR for training and knowledge exchange are provided. The article highlights how these technologies can contribute to improving the efficiency of business processes while also addressing the challenges organizations may face when implementing VR and AR.

Keywords: VR, AR, communication.

Сведения об авторах

БЕЛАЯ Татьяна Иоанновна – **научный руководитель** – кандидат технических наук, доцент кафедры ПИиВТ, Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича, (г. Санкт-Петербург, Россия), studentszip@yandex.ru

ВОРОБЬЕВА Валерия Викторовна – студентка группы ИКПИ-392М, Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича, (г. Санкт-Петербург, Россия), vorval01@yandex.ru

УДК 159.99

ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ ПОМОЩЬ ВETERANAM БОЕВЫХ ДЕЙСТВИЙ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ВИРТУАЛЬНОЙ РЕАЛЬНОСТИ

Н. Б. Гарифуллин

В статье рассматривается актуальная государственная задача – оказание психологической помощи ветеранам боевых действий с симптомами посттравматического стрессового расстройства. Описывается применение когнитивно-поведенческой психотерапии с пролонгированной экспозицией с использованием технологии виртуальной реальности. Отмечается приоритетность использования российского программного обеспечения и междисциплинарный характер инновационных исследований.

Ключевые слова: психологическая помощь ветеранам боевых действий, посттравматическое стрессовое расстройство, когнитивно-поведенческая психотерапия с пролонгированной экспозицией, виртуальная реальность, 3D визуализация, междисциплинарные исследования.

Забота о защитниках Родины является святой обязанностью государства. Об этом неоднократно заявлял президент России Владимир Владимирович Путин [1]. В настоящее время особую актуальность приобретает поддержка ветеранов боевых действий с симптомами посттравматического стрессового расстройства (ПТСР). В зависимости от индивидуальной уязвимости и характера травматического воздействия, по различным оценкам психологов ПТСР может достигать от 20 до 50% у людей, столкнувшихся с психотравматическими событиями [2, 3, 4, 5].

Несмотря на то, что ПТСР как диагностическая категория существует и практически используется уже почти полвека, однозначного понимания его сущности, объяснительных моделей и механизмов на сегодняшний день нет [6]. В контексте статьи целесообразно привести следующее определение:

ПТСР – психическое расстройство, развивающееся вследствие психотравмирующего воздействия угрожающего или катастрофического характера, как правило, выходящего за рамки обычного человеческого опыта, сопровождающееся экстремальным стрессом. ПТСР характеризуется:

- повторным переживанием травматических событий в настоящем времени в виде ярких навязчивых воспоминаний, сопровождающихся страхом или ужасом, флешбэками (возврат в прошлое) или ночными кошмарами;
- избеганием мыслей и воспоминаний о событиях или избеганием деятельности или ситуаций, напоминающих событиях;
- состоянием субъективного ощущения сохраняющейся угрозы в виде гипернастороженности или усиленных реакций испуга.

Симптомы должны длиться не менее нескольких недель и вызывать значительное ухудшение психологического состояния [7, 8]. Основной метод диагностики ПТСР – клинический. Специалист опрашивает жалобы пациента, собирает анамнез, оценивает психический статус (рис. 1).



Рис. 1. Экспресс диагностика ПТСР

Чаще всего пациенты предъявляют следующие жалобы: наплывы воспоминаний о травмирующей ситуации; повторяющиеся переживания психотравмирующего события в виде ярких, навязчивых воспоминаний, сопровождающихся страхом или ужасом, ночными кошмарами с содержанием пережитого травматического опыта; повышенная настороженность; стремление избежать каких-либо напоминаний о психотравмирующем событии, мыслей и воспоминаний о событии или избежать деятельности или ситуаций, людей, напоминающих событие; тревога, страх, беспокойство по мелочам; ожидание, что случится что-то ужасное, состояние субъективного ощущения сохраняющейся угрозы, невозможность почувствовать себя в безопасности; частичная или полная психогенная амнезия стрессового события; раздражительность, вспышки гнева; чувство нереальности происходящего; вегетативные компоненты тревоги (приливы жара-холода, потливость, ощущение внутренней дрожи, озноба, сердцебиение, мышечное напряжение и пр.); чувство отстраненности, эмоционального притупления; снижение работоспособности, утрата прежних интересов.

Для постановки диагноза ПТСР необходимо установить факт наличия в анамнезе пережитой ситуации угрожающего, катастрофического характера и оценить наличие связи между психопатологическими симптомами и психотравмирующей ситуацией. Важно обратить внимание на давность психотравмирующих обстоятельств (симптомы чаще развиваются в течение шести месяцев после стрессогенной ситуации). При отсроченной манифестации ПТСР целесообразно выявить, что послужило триггером для формирования симптомов [3].

Данные современных научных исследований подтверждают эффективность психотерапии в лечении ПТСР [9, 10]. Хорошо зарекомендовало себя применение индивидуальной когнитивно-поведенческой психотерапии с пролонгированной экспозицией.

Основная цель этого метода – повысить переносимость неприятных

стимулов, связанных с травматическим опытом. Метод направлен на обучение пациентов как постепенно соприкоснуться с чувствами, воспоминаниями и ситуациями, связанными с травмой. Основной задачей является обучение, что триггеры и воспоминания являются безопасными и переносимыми и их не стоит избегать. Длительность терапии составляет около трех месяцев с еженедельными сессиями от 60 до 120 минут, всего проводится от 8 до 15 сессий – в ряде случаев рекомендовано от 15 до 20. В начале терапии психолог описывает план лечения и валидирует травматический опыт пациента, затем проводится обучение навыкам совладения с тревогой и дыхательным упражнениям. После этого проводится собственно экспозиция, и для ее успешного проведения должен быть сформирован терапевтический альянс и атмосфера безопасности, где в условиях эмоциональной поддержки возможно столкновение с пугающими стимулами.

Традиционно экспозиция может проводиться в воображении, однако в настоящее время, преимущественно в рамках научных исследований, используются технологии виртуальной реальности (VR). Виртуальная реальность – это компьютерная симуляция для создания трехмерной среды с помощью компьютерных технологий (рис. 2).



Рис. 2. Виртуальная экспозиция

Главной задачей виртуальной реальности является погружение пациента в правдоподобный искусственный мир с помощью чувств (зрение, слух, осязание, обоняние). Технологии VR относятся к современным нефармакологическим методам и как инструмент развития «цифровой медицины» находят все большее применение при лечении ПТСР как рационализирующий инструмент [11,12]. При проведении VR экспозиции длительность сессии составляет 45-60 минут, каждая сцена повторяется до тех пор, пока уровень дистресса не снизится вдвое по сравнению с первым предъявлением.

Следующая сцена используется после того, как пациент подтвердит свою готовность к дальнейшей совместной работе. Темп психотерапии определяет-

ся состоянием и индивидуальными особенностями пациента и задача терапии сделать дискомфорт переносимым.

Составной частью системы ВР является ВР-шлем, представляющий собой устройство, способное создать соответствующую визуализацию и погрузить человека в виртуальный мир для его непосредственного визуального восприятия, при этом шлем позволяет осуществлять контроль со стороны руководителя-психолога (рис. 3).



Рис. 3. ВР-шлем с контроллерами движения

Использование ВР-шлема позволяет в безопасных для пациента условиях создать ситуацию, близкую той, которая нанесла психическую травму, но малодоступную в реальности. Это позволяет пациенту переосмыслить травмирующие события, научиться контролировать свое эмоциональное состояние и переживания. Такая терапия является интерактивной, она контролируется, и настраивается индивидуально для каждого пациента. Также интенсивность воздействия стрессовой ситуации может быть адаптирована к уровню тревоги индивидуального пациента. Смысл такого лечения в среде виртуальной реальности заключается в том, чтобы позволить пациенту вновь пережить травмирующее событие иначе, попробовать отреагировать на него по-другому и создать при этом новую закрепленную в сознание позитивную эмоцию.

Для усиления терапевтического эффекта целесообразно использовать мультимодальную виртуальную реальность – дополнить визуальный образ звуковыми эффектами (звуками стрельбы, взрывов, шумом военного транспорта, командами командиров и т. д.); составляющими тактильного, обонятельного характера и др.

Создание виртуальных сюжетов требует совместного использования разнообразных инструментов. В настоящее время у российских компаний, научно-образовательных организаций имеются существенные технологические заделы, позволяющие претендовать на лидерские позиции. Примером может служить Unigine – 3D-движок, разработанный томской ИТ-компанией. Unigine – многоплатформенный движок, представляющий собой широкий набор инструментов для создания неигровых проектов. Он используется преимущественно для создания ВР приложений, цифровых двойников, симуляторов, 3D визуализации и моделирования в современных высокотехнологичных отраслях.

Особенностью Unigine является поддержка Astra Linux, что актуально для специальной целевой аудитории, где профессиональное использование

Astra Linux очень востребовано.

Инновационные исследования в области практической психологии с применением виртуальной реальности предполагают их междисциплинарный характер, и взаимная интеграция психологических и информационных технологий в рамках когнитивно-поведенческой психотерапии подразумевают коллективный труд специалистов из разных областей. В первую очередь – это работа психологов, успешно применяющих современные техники для лечения ПТСР. Во-вторых – творческая деятельность специалистов по IT технологиям – прежде всего программистов и специалистов по 3D моделированию. И, наконец, специалисты по военным сценариям, адекватно описывающим психотравмирующую ситуацию.

Таким образом:

1. Поддержка ветеранов боевых действий с симптомами посттравматического стрессового расстройства является актуальной задачей, требующей кропотливой работы психологов.

2. Для лечения ПТСР положительно зарекомендовало себя применение индивидуальной когнитивно-поведенческой психотерапии с пролонгированной экспозицией.

3. Наряду с традиционной экспозицией эффективно использование технологии виртуальной реальности с целью погружения пациента в правдоподобный искусственный мир.

4. Прикладные приложения технологии VR целесообразно разрабатывать на программном обеспечении российских IT-компаний.

5. Инновационные исследования в области практической психологии с применением виртуальной реальности предполагают их междисциплинарный характер и скоординированную работу специалистов из разных областей.

Список использованных источников

1. Послание Президента Российской Федерации Федеральному Собранию Российской Федерации от 21.02.2023 г. б/н.

2. Дымова Е. Н. Ретроспективный анализ посттравматического стресса в годы Великой Отечественной войны [электронный ресурс] // Клиническая и специальная психология. – 2021. – Том 10. – № 3. – С. 1–16. DOI: 10.17759/cpse.2021100301.

3. Посттравматическое стрессовое расстройство в парадигме доказательной медицины: патогенез, клиника, диагностика и терапия: методические рекомендации // – СПб.: НМИЦ ПН им. В. М. Бехтерева, 2022. – 33 с.

4. Настольная книга военного психолога // М.: Издательство Юрайт, 2023. – 332 с.

5. Vianez A., Marques A., Simões de Almeida R. Virtual reality exposure therapy for armed forces veterans with post-traumatic stress disorder: a systematic review and focus group // Int J Environ Res Public Health, 2022. – 19(1). – 464. URL: <https://doi.org/10.3390/ijerph19010464>.

6. Психология боевого стресса и стресс-менеджмента: учебное пособие для вузов // М.: Издательство Юрайт, 2023. – 145 с.

7. Организация оказания медицинской помощи лицам с посттравматическим стрессовым расстройством: методические рекомендации // СПб.: НМИЦ ПН им. В. М. Бехтерева 2022. – 36 с.

8. Клинические рекомендации – Посттравматическое стрессовое расстройство – 2023-2024-2025 (28.02.2023) – Утверждено Минздравом РФ.

9. Фoa Э., Хембри Э., Оласов-Ротбаум Б., Раух Ш. Пролонгированная экспози-

ция в терапии ПТСР: переработка травматического опыта // СПб.: «Диалектика» 2020. – 240 с.

10. Васильева А. В., Караваева Т. А., Радионов Д. С. Психотерапия посттравматического стрессового расстройства – интеграция опыта чрезвычайной ситуации // Консультативная психология и психотерапия. – 2023. – Том 31. – № 3. – С. 47–68. DOI: 10.17759/cpp.2023310303.

11. Rizzo A. S., Difede J., Rothbaum B. O., Reger G., Spitalnick J., Cukor J., McLay, R. Development and early evaluation of the Virtual Iraq/Afghanistan exposure therapy system for combat-related PTSD // Ann. N. Y. Acad. Sci. – 2010. – 1208 (2010). – P. 114-125.

12. Комплекс аппаратно-программный мультимедийный с использованием технологий виртуальной реальности «ФЛОУ» [электронный ресурс] // Istok-reatech – компания по производству и продаже реабилитационного оборудования и технических средств реабилитации URL: <https://www.istok-reatech.ru/catalog/item/4549/> (дата обращения: 01.11.2023).

PSYCHOLOGICAL ASSISTANCE TO COMBAT VETERANS USING VIRTUAL REALITY

N. Garifullin

The article discusses the current direction – the provision of psychological assistance to combat veterans with symptoms of post-traumatic stress disorder. The application of cognitive behavioral psychotherapy with prolonged exposure using virtual reality technology is described. The priority of using Russian software and the interdisciplinary nature of innovative research are noted.

Keywords: psychological assistance to combat veterans, post-traumatic stress disorder, cognitive-behavioral psychotherapy with prolonged exposure, virtual reality, 3D visualization, interdisciplinary research.

Сведения об авторе

ГАРИФУЛЛИН Нияз Билалович – магистрант, Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича, (г. Санкт-Петербург, Россия), nick.comlink.spb2@mail.ru

УДК 339.16

ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ КРИПТОВАЛЮТ

Л. С. Гиваргизова

С момента появления Всемирной паутины и ее глобального распространения все большее количество сопутствующих технологий выросли, что усилило развитие электронной коммерции, как например широкополосный Интернет, смартфоны, Web 2.0, SEO, облачные вычисления, распознавание речи, системы онлайн-платежей и криптовалюты. В последние годы информационные технологии играют важную роль как в международных отношениях, как например организация торгово-экономических отношений, так и напрямую связаны с личной жизнью - с работой, финансовыми расчетами, безопасностью и т. д. Усилилась роль информационных технологий в период Covid 19, а в России можно считать вторым этапом усиления роли информационных технологий период санкционного давления. Актуальным стали решения проблем торгово-экономических отношений с дружественными странами, переориентация экономики, организация финансовых операций в обход SWIFT. Актуальным становится для России внедрение цифровых технологий во внешнеэкономическую деятельность в рамках интеграционных проектов в обход введенных санкций.

Ключевые слова: информационные технологии, торгово-экономические отношения, финансовые операции, криптовалюта.

Методология Исследование основано на методологии анализа и синтеза при изучении научных источников, хроники событий цифровой трансформации разных стран в рамках внедрения криптовалюты, проводится сравнительный анализ, анализируется электронная коммерция, статистика пользователей интернетом.

Введение

Цифровая экономика и цифровая трансформация являются одними из наиболее часто используемых терминов, обозначающих перспективы социально-экономического развития современного общества. В более широком смысле цифровая экономика описывает развитие технологического общества и предполагает широкое использование информационно-коммуникационных технологий (далее – ИКТ) во всех сферах человеческой деятельности. ИКТ позволяют людям более эффективно выполнять повседневные задачи и возникли как ответ на потребности общества [1]. Значительный всплеск развития ИКТ произошел во время пандемии COVID-19, во время которой большинство работников выполняли свою работу отдельно, а большинство предприятий были вынуждены менять свои бизнес-процессы с учетом требований времени. Если рассмотреть ситуацию на уровне компаний, многие традиционные фирмы были превзойдены инновационными быстрорастущими цифровыми компаниями и в результате пострадали, например, такими цифровыми компаниями можем отметить Alibaba и Amazon. По данным Международной почтовой корпорации, консорциума национальных почтовых служб за 2022 г. 27 % трансграничных покупок были совершены на Amazon, по популярности следующее, это AliExpress - 17% трансграничных покупок, eBay - 9% и Shein 6%.

Подобные рыночные потрясения затронули и другие отрасли: Spotify существенно изменил музыкальную индустрию, TiVo и Netflix изменили телерадиовещание и киноиндустрии, а Booking.com и Airbnb фундаментально меняют гостиничную индустрию. Можем отметить, что цифровая экономика оказывает значительное влияние на различные экономические, социальные и культурные области, расширяя глобальные связи. Этот тип экономики обычно включает в себя такие виды деятельности, как электронная коммерция, цифровой маркетинг, цифровые финансовые услуги, производство цифрового контента, программное обеспечение, компьютерные игры, облачные сервисы и многое другое [2]. Развитие технологий и электронных коммуникаций привело мировую экономику к цифровизации.

Учитывая санкционное давление на российскую экономику, роль ИКТ становится важным, в частности в области торгово-экономических отношений.

Самой актуальной темой на данном этапе, с целью переориентации российской экономики, становится внедрение криптовалюты в финансовую систему. Внедрение криптовалюты даст возможность обходить SWIFT, таким образом развивать различные экономические, культурные и социальные области, развивая международные отношения с дружественными странами. Важно отметить, что во время пандемии COVID-19 глобальное использование криптовалют выросло в геометрической прогрессии, в том числе в развивающихся странах. Остаются открытыми вопросы - каким образом; в каких объемах; и какой актив необходим для обеспечения. Прежде чем анализировать какие страны признали законным криптовалюту, считаем необходимым проанализировать электронную коммерцию.

Электронная коммерция и статистика пользователей интернетом

В начале четвертого квартала 2023 г. интернетом пользовались в общей сложности 5,30 миллиарда человек во всем мире, что эквивалентно 65,7% от общей численности населения мира.

Число пользователей Интернета также продолжает расти: последние данные показывают, что число подключенных к Интернету пользователей в мире выросло на 189 миллионов пользователей за 12 месяцев, закончившихся октябрём 2023 года. По данным глобальной платформы данных Statista ожидается, что к 2025 году число интернет-пользователей достигнет 6,54 миллиарда. В Китае самое большое количество интернет-пользователей — 1,05 миллиарда, за ним следуют Индия - 836 млн. и США — 311 млн., в России 128 млн. 92,1% интернет-пользователей в основном используют смартфоны для работы в Интернете. Глобальный охват социальных сетей вырос до 4,74 миллиарда человек. Северная Европа имеет самый высокий уровень проникновения Интернета в мире.

В среднем пользователи Интернета ежедневно проводят в сети 6 часов 40 минут, и 60% мирового веб-трафика приходится на пользователей мобильных телефонов.

Более 2/3 пользователей Интернета во всем мире используют ноутбуки и настольные компьютеры для своей деятельности в Интернете.

Глобальный уровень проникновения Интернета в разбивке по полу составляет 67,4% для мужчин и 61,7% для женщин. Учитывая рост пользователей интернетом, также количество онлайн покупок, и в тоже время санкции,

можем сказать, что внедрение криптовалюты важно и необходимо, так как способствует развитию экономики, и не допустит стагнацию.

Перспективы внедрения криптовалюты

С созданием электронной платежной системы, основанной на криптографическом доказательстве на основе технологии блокчейна возник взрыв, и с быстрым развитием цифровых и сетевых технологий возможность внедрения криптовалют в государственную банковскую систему требует тщательного анализа [3]. В условиях санкционного давления, торгово-экономические отношения страны подвергаются диверсификации, поиску новых решений по организации экспорта и импорта, новых систем и схем международных платежей, решением может стать внедрение криптовалюты. В связи с этим необходимо анализировать практику тех стран, которые уже внедрили криптовалюту. В реальной криптографии, лежащей в основе системы, нет ничего нового, поскольку она опирается на устоявшиеся отраслевые стандарты, уже существующие в государственных и частных учреждениях [4]. Научная литература, стремящаяся выявить определяющие факторы движения цен и волатильности криптовалют, богата. Такие исследования подчеркивают положительные аспекты криптовалют и воспринимают ее как глобальную виртуальную валюту с большим потенциалом [5], [6], [7]. Одна из важных стран, на которую необходимо обратить внимание, это Иран, учитывая, что количество санкций достигает 4080, страна находится под санкциями около 44 лет и имеет практику внешнеторговых операций криптовалютами. С 2018 г. Иран активно начал вносить изменения в государственной финансовой системе. В августе 2018 г., Центральный банк Ирана объявил о планах запуска национальной криптовалюты, поддерживаемой иранский риал. В августе 2019 года Иран издал постановление, согласно которому добыча криптовалюты признается законным сектором экономики, и стал первой страной, использующей криптовалюту в качестве резерва для оплаты импорта и экспорта. В конце 2020 г. правительство Ирана внесло поправки в свои правила в отношении криптовалюты, для разрешения их использования исключительно для финансирования импорта в период повышенного давления на использование фиатной валюты. Согласно закону, криптовалюты, добытые в Иране, можно будет обменивать только в том случае, если они используются для финансирования импорта. Законный предел суммы криптовалюты для каждого майнера будет определяться уровнем субсидируемой энергии, используемой для майнинга, и на основании инструкций, опубликованных Министерством энергетики. Майнинг энергоемкий процесс, основанный на электроэнергии, обычно вырабатываемой из ископаемого топлива, которым Иран обладает в изобилии. Исследование аналитической компании Elliptic, проведенное в 2021 году, показало, что 4,5% всей добычи биткойнов приходится на Иран из-за дешевого электричества в стране. Согласно исследованию, ежегодное потребление электроэнергии для добычи полезных ископаемых по состоянию на 2021 г. составляло около 10 млн. баррелей сырой нефти или 4% экспорта нефти Ирана за 2020 год. Такие поправки страна ввела во избежание отмывания денег и финансирования деятельности незаконных организаций. Помимо выше отмеченного, политика регулирования Ирана в отношении майнинговых ферм предусматривает лицензирование, таким образом, страна борется с растущим числом майнеров, так как отток майнеров в Иран обуслов-

лен субсидируемыми тарифами на электроэнергию. Иранский закон требует от лицензированных криптомайнеров продавать добытые монеты напрямую Центральному банку Ирана.

В качестве законного платежного средства биткоин признан в Сальвадоре с 2021 года. Конвертации долларов США в биткоины осуществляются Банком развития Сальвадора (Banco de Desarrollo de El Salvador). В качестве примера можно рассмотреть еще Великобританию. Почтовая служба страны в конце 2021 г. начала продажу криптовалюты пользователям с помощью системы ваучеров на Swarm Markets. Ваучеры можно обменять на биткоины или эфиры на платформе Swarm. В 2017 г. президент Беларуси подписал Декрет № 8 «О развитии цифровой экономики», которым создана правовое функционирование в стране криптовалют. По статистике ООН опубликованной в 2021 г., отражающей, в какой стране чаще всего расплачиваются криптовалютой, Россия находилась на втором месте.

Учитывая практику разных стран по пользованию криптовалютой, и рост пользователей интернетом, можем сказать, что на данном этапе развития актуальным становится внедрение криптовалюты. С развитием ИКТ и с ростом трансграничных заказов, в которые входят и покупки, и подписки на разные международные онлайн платформы, бронирование гостиничных номеров и т. д. обходить санкции, SWIFT становится необходимым и в этом, на современном этапе развития важную роль может играть криптовалюта. Остается открытым вопрос: каким образом и какими активами государство может обеспечивать криптовалюту – фиатными деньгами, золотом или иными активами.

Список использованных источников

1. Sendlhofer T., Lernborg, C. M. Labour rights training 2.0: the digitalisation of knowledge for workers in global supply chains // *Journal of Cleaner Production*. – 2018. – 179. – 616–630. URL: <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.12.173>
 2. Xia L., Baghaie S., Sajadi M. S. The digital economy: Challenges and opportunities in the new era of technology and electronic communications [electronic resource] // URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2090447923003003> (last request: 01.11.2023).
 3. Nakamoto S. Bitcoin: A peer-to-peer electronic cash system [electronic resource] // URL: <https://assets.pubpub.org/d8wct41f/31611263538139.pdf> (last request: 01.11.2023).
 4. Folkinshteyn D., Lennon M., Reilly T. The Bitcoin mirage: an oasis of financial remittance // *Journal of Strategic and International Studies*. 2015. URL: <https://ssrn.com/abstract=2601621> (last request: 01.11.2023).
 5. Махалина О. М., Махалин В. Н. Перспективы создания национальных и наднациональных криптовалют в странах БРИКС [электронный ресурс] // URL: <https://doi.org/10.26425/2309-3633-2019-2-116-123> (дата обращения: 01.11.2023).
 6. Klein T., Pham H., Walther Th. Bitcoin is not the New Gold – A comparison of volatility, correlation, and portfolio performance // *International Review of Financial Analysis*. – 2018. – Vol. 59. – P. 105-116.
 7. Ciaian P., Rajcaniova M., d'Artis K. The digital agenda of virtual currencies: Can BitCoin become a global currency? // *Information Systems and e-Business Management*. – 2016. – Vol. №14. – P. 883–919.
-

E-COMMERCE AND PROSPECTS CRYPTOCURRENCIES

L. Givargizova

Since the advent of the World Wide Web and its global spread, an increasing number of related technologies have grown, which has strengthened the development of e-commerce, such as broadband Internet, smartphones, Web 2.0, SEO, cloud computing, speech recognition, online payment systems and cryptocurrencies. In recent years, information technologies have played an important role both in international relations, such as the organization of trade and economic relations, and are directly related to personal life - work, financial settlements, security, etc. The role of information technology has increased during the Covid 19 period, and in Russia, the period of sanctions pressure can be considered the second stage of strengthening the role of information technology. Solutions to the problems of trade and economic relations with friendly countries, the reorientation of the economy, the organization of financial transactions bypassing SWIFT have become relevant. The introduction of digital technologies into foreign economic activity within the framework of integration projects, bypassing the imposed sanctions, is becoming relevant for Russia.

Keywords: information technologies, trade and economic relations, financial transactions, cryptocurrency.

Сведения об авторе

ГИВАРГИЗОВА Лидия Станиславовна – аналитик Центра экономической интеграции Института развития интеграционных процессов, Всероссийская академия внешней торговли Министерства экономического развития РФ (ИРИП ВАВТ), (г. Москва, Россия), givargizovalidia88@gmail.com

УДК 37.017.92

ОСОБЕННОСТИ МЕЖПОКОЛЕНЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЙ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ: РЕГИОНАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ

М. М. Бетильмерзаева, С. Д. Джабраилова

В статье раскрыты особенности межпоколенческих отношений в условиях цифровизации с учетом региональных аспектов. Дан анализ теоретических подходов к изучению межпоколенческих отношений и их влияния на развитие общества в цифровую эпоху. Определены особенности межпоколенческих отношений в региональном контексте. Изучены факторы влияния на межпоколенческие отношения в условиях цифровизации. Результаты исследования могут быть полезны для разработки стратегий развития регионов, а также для повышения эффективности межпоколенческих отношений в условиях цифровизации.

Ключевые слова: модернизация, цифровизация, культура, общество, традиции, обычаи, историческое и культурное наследие.

С внедрением в повседневную жизнь цифровых технологий складываются качественно новые условия существования межпоколенческих отношений. Межпоколенческие взаимоотношения – важнейшая часть культуры как традиционного, так и современного общества. Современное общество сконцентрировало в себе огромный запас межпоколенческой напряженности, противоречий, конфликтов. Поиск путей выхода из межпоколенческих конфликтов является актуальным для полноценного функционирования взаимодействия разнообразных народов и культур. Все это требует специального философского и культурологического осмысления.

В межвозрастных (или межпоколенческих отношениях), по мнению ряда ученых, отражаются устои общества, его нравственные принципы, обряды и традиции народа, противоречия во взаимоотношениях различных возрастных групп [1].

Межпоколенческие отношения выстраиваются в системе передачи жизненного опыта старшим поколением младшему. И при изменении социокультурного контекста, влиянии цифровизации на общество, опыт, дошедший до нас от предыдущего поколения, может утратить значимость для последующего.

По мнению А. А. Ахметшиной, В. А. Беляева, О. А. Максимовой, существуют три поколения, которые качественно отличаются и все более отдаляются друг от друга: «книжное» поколение; «телевизионное» поколение и «интернет-поколение» [3].

Интенсивная цифровизация всех сфер жизни оказывает существенное влияние на каждое из поколений и на общий социокультурный контекст. Общество, долгое время относившееся к «книжному поколению», постепенно перешло к «интернет-поколению» под влиянием информационных технологий и сети Интернет. Резко возросла пропасть между поколениями «отцов и детей» и без того существовавшая в обществе. М. Мид в своей работе «Культура и сопричастность» выявила зависимость межпоколенных отношений от

скорости научно-технического и социального прогресса. Именно она выдвинула утверждение о том, что при различном соотношении культурных традиций и новаций взаимоотношения между поколениями складываются с трудностью.

Поколения «отцов и детей» принципиально не похожи друг на друга, имеют разные ценностные установки, специфические способы организации труда, коммуникаций, формирования ценностных представлений и приоритетов, в конце концов, разное мировоззрение и способы переживания бытия в целом. К тому, что молодежи кажется вполне допустимым, старшее поколение относится с презрением, и наоборот.

Мощным инструментом воздействия на общество в современном мире являются средства массовой информации и сеть Интернет, которые оказывают системное влияние на формирование сознания человека. Особенно этому влиянию подвергается подрастающее поколение, поскольку в этом возрасте все еще идет процесс формирования личности. Молодому поколению, с учетом отсутствия жизненного опыта, трудно отсеивать нужную информацию от ненужной, в результате у молодежи формируются ложные представления о мире и его ценностях. В конечном итоге, молодежь отходит от установок и ценностей, сложившихся веками и сохраненных нашими предками до сегодняшнего дня, и присоединяется к более современным и далеким от родной культуры трендам.

От влияния социальных сетей и в целом цифровизации не изолировано и старшее поколение. Скорость развития сейчас стала настолько быстрой, что прошлый опыт уже не только недостаточен, но часто оказывается даже вредным, мешая развитию и прогрессу общества. Взрослым, правда, сложнее адаптироваться в виртуальной среде в отличие от молодежи, которая с самых первых шагов уже осваивает интернет-пространство и владеет основными его навыками. К примеру, дети уже на раннем этапе развития самостоятельно умеют включать на гаджетах нужные мультфильмы, песни, игры и т. д.

Если ранее конфликты между старшим и младшим поколениями возникали по причине расхождения в ценностных ориентациях и установках, то в эпоху цифровизации такие недопонимания возникают на основе Интернет-ресурсов: гаджетов, компьютеров, игр и т. д. Сознанием современной молодежи управляют средства массовой информации и другие факторы, оказывающие огромное влияние на человеческую природу, снижающие нормальный уровень эмоциональной жизни и приводящие к компьютерной зависимости.

Молодежь предпочитает физической реальности виртуальную реальность, тем самым замыкаясь в себе и отдаляясь от всего окружающего. Это прослеживается в бесконечном потоке информации, поверхностном мышлении подрастающего поколения, подмене реальных социальных связей и идентичности виртуальными.

Взрослые, будучи носителями традиционных и культурно-исторических ценностей своего народа, не могут понять ценности и установки подрастающего поколения, и наоборот. Старшее поколение понимает, что миссия сохранения и передачи исторического и культурного наследия народа последующему поколению лежит на молодежи, и что утрата самобытности народа приведет к разрушению фундамента всей нации.

В период «новационного взрыва» происходит переоценка ценностей, идет разрушение традиций. Процесс перехода общества к цифровизации был не-

простым, поскольку были затронуты все сферы общественной жизни, которые в значительной мере претерпели изменения. То есть, цифровизация стала точкой отсчета нового времени, века модернизации. Традиции сохраняют уникальное лицо культуры, а новации позволяют культуре развиваться.

Конечно, изменения во многих отраслях были несущественными, некоторые традиции и обычаи чеченского народа адаптировались к условиям современности, к примеру, один из самых давних чеченских обычаев – традиции гостеприимства. Этому замечательному обычаю «хьошалла» чеченцы следовали всегда, в нем проявляется духовно-нравственный характер семейного воспитания. В чеченской семье гостеприимство считается неотъемлемой частью человечности, а кто не уважает гостя, тот не пользуется уважением окружающих. Этот неписанный, но строго соблюдаемый закон предписывает быть снисходительным даже к врагу, если он пришел в твой дом, и стал твоим гостем.

Чеченский народ много веков жил в суровой горной местности, в старину это были труднопроходимые места, где каждый путник мог рассчитывать на пищу и кров. Эта традиция, несмотря на модернизацию и на то, что большинство семей уже давно перебрались из горной местности в большие города и ближайšie к ним села, не потеряла своего исторического значения и сохранилась по сегодняшний день.

«Чеченское традиционное общество изначально было предельно «жестким» при оценке человека, рассматривая, прежде всего, соответствие его поведения нравственным нормам. При этом не принимались во внимание ни прежние заслуги, ни громкое имя, ни способности. Все эти достоинства в глазах чеченцев могли быть обесценены и уничтожены одним недостойным поступком» [2, с. 8].

Другие же традиции и обычаи под влиянием современности, в результате переосмысления, были оставлены в прошлом. К примеру, старый обычай чеченцев, который не позволял брать своего ребенка на руки в присутствии старших мужчин. Женщина могла положить младенца прямо на дорогу, если навстречу шел взрослый мужчина, этим она показывала свое уважение и почтение к нему. Или средневековый обычай кавказских народов – похищение невесты, от которого также отказался народ единым решением. Только женщина в старину могла остановить поединок мужчин на почве кровной мести. Если там, где льется кровь, появлялась женщина, смертельная схватка могла прекратиться. Женщина могла также остановить вражду, сняв с головы платок и бросив его между сражающимися; стоило кровному врагу прикоснуться к подолу любой женщины, как оружие, направленное на него, убирало в ножны; женщина давала своим детям вынести зеркало к рубящимся – это действовало как запрет на междоусобицу.

Если в старину для наших предков эти и другие обычаи и традиции считались правильными и практиковались, то в сознании современной молодежи и, в некоторых случаях, старших, они приобрели другое значение, то есть, модернизационные процессы влияют на трансформацию национального самосознания народа, молодежь по-другому осмысливает традиционные ценности и социальные установки, в некоторой степени отходит от них, несмотря на то, что некоторая часть старшего поколения продолжает считать их единственно верными и следует им.

До сих пор представители старшего поколения, особенно мужчины, считают, что предназначение женщины, как и в старину, быть хранительницей домашнего очага и что для нее нет необходимости, к примеру, получать образование, заниматься саморазвитием, работать, поскольку главная ее миссия – быть хорошей женой и невесткой, матерью детей, дочерью, сестрой, снохой и т. д. Однако такое умозаключение для многих все же не является нормой, поскольку на сегодняшний день считается, что женщина должна быть образованной, компетентной во многих вопросах, касающихся воспитания и не только, так как именно на ней лежит ответственность за воспитания достойного потомства.

Появилась некая пропасть между младшим и старшим поколением в том смысле, что старшие продолжают придерживаться исторически сложившихся установок, а молодежь стремится к обновлениям традиционных норм под влиянием вызовов нового времени. Естественно, что точка соприкосновения в расхождении мнений в какой-то степени сохранилась, поскольку «жить в обществе и быть от него изолированным нельзя».

Процесс глобализации неотделим от интенсивного взаимного проникновения различных культур, поэтому со всей остротой встает вопрос о судьбе чеченской национальной культуры. Чеченская молодежь, как и молодежь многих других народов, попала под влияние европейской культуры. К примеру, молодежь стала увлекаться европейскими фильмами и сериалами; читать книги зарубежных авторов, чья культура абсолютно далека от нашей культуры и менталитета; поменялся стиль одежды. Одним словом, молодежь испытывает влияние модернизационных процессов не только в сфере современных цифровых технологий, но и различных социокультурных трендов Востока и Запада.

Впрочем, готовых рецептов модернизации чеченской культуры, с тем чтобы сохранить ее национальный дух и форму, в чеченском обществе нет. Многим представляется, что культурная модернизация должна заключаться в возрождении лучших этнокультурных традиций, что нельзя не признать упрощенческим подходом к данной проблеме [4, с. 225-226]. Но, вместе с тем, такой подход к решению данной проблемы близок к эффективному, поскольку возрождение таких обычаев и традиций действительно положительно повлияло бы на сохранение историко-культурного наследия чеченского народа и популяризировало бы культуру нашего народа среди подрастающего поколения.

Сложно представить, что старшее поколение тоже займет сторону информатизации, и кто в таком случае будет передавать вековые устои подрастающему поколению?! Сохранится ли народ без культурного и исторического прошлого?! Как сказал Первый Президент Чеченской Республики, Герой России Ахмат-Хаджи Кадыров: «Без культуры нет нации!». Эти слова с точностью передают значимость сохранения культурного и исторического прошлого своего народа. Поэтому важно уделять большое внимание воспитанию детей в духе национальных традиций и обычаев, уже в семье необходимо популяризировать историю своего народа, поскольку при смене поколений незнание исторического и культурного наследия народа может привести к потере национальной идентичности народа.

Список использованных источников:

1. Арнаутова Ю. А. Культура воспоминания и история памяти / Ю. А. Арнаутова // История и память. – М., 2009. – С. 47–55.
2. Ахмадов М. Чеченская традиционная культура и этика. – Грозный, 2006. – 206 с.
3. Ахметшина А. А., Беляев В. А., Максимова О. А. Воздействие информационных технологий на преемственность и конфликт между реальными и условными поколениями // Вестник экономики, права и социологии. – 2018. – № 3. – С. 134–139.
4. Керимов М. М. Социокультурная ситуация в Чечне: кризис и обновление // Сборник материалов Всероссийская научно-практическая конференция «Наука, образование и производство». – Грозный: ГНИИ, 2003. – С. 225-226.

FEATURES OF INTERGENERATION RELATIONS IN CONDITIONS OF DIGITIZATION: REGIONAL ASPECTS

M. Betilmerzayeva, S. Dzhabrailova

The article reveals the features of intergenerational relations in the context of digitalization, taking into account regional aspects. An analysis of theoretical approaches to the study of intergenerational relations and their influence on the development of society in the digital era is given. The features of intergenerational relations in the regional context are determined. Factors influencing intergenerational relationships in the context of digitalization have been studied. The results of the study may be useful for developing regional development strategies, as well as for increasing the efficiency of intergenerational relations in the context of digitalization.

Keywords: modernization, digitalization, culture, society, traditions, customs, historical and cultural heritage.

Сведения об авторах

ДЖАБРАИЛОВА Сальва Джамбулатовна – студентка института филологии, истории и права, ФГБОУ ВО «Чеченский государственный педагогический университет», (г. Грозный, Россия), salva040405@gmail.com

БЕТИЛЬМЕРЗАЕВА Марет Мусламовна – доктор философских наук, заведующая кафедрой философии, политологии и социологии, ФГБОУ ВО «Чеченский государственный педагогический университет», (г. Грозный, Россия), maret_fil@mail.ru

УДК 32.019.5

КОММУНИКАТИВНЫЕ АСПЕКТЫ РАЗВЕРТЫВАНИЯ ПОЛИТИЧЕСКИХ КОНФЛИКТОВ

Е. М. Еникеева

В статье рассматривается цифровой активизм как одно из последствий цифровизации, оказывающее влияние на развёртывание политических конфликтов. Описываются протестная деятельность с применением как онлайн-методов, так и традиционных методов. В работе выявляются особенности сетевых мобилизационных процессов, а также оценивается воздействие виртуальных социальных сетей на гражданскую активность. Приводятся примеры политических конфликтов в цифровом обществе, для возможности определения ключевых особенностей коммуникативных аспектов развёртывания политических конфликтов.

Ключевые слова: цифровой активизм, гражданская активность, политические конфликты.

Цифровизация общества создала новые каналы коммуникации, которые оказали влияние на коммуникативный процесс в сфере политики. На современном этапе развития общества, граждане могут осуществлять политическую мобилизацию самостоятельно, активизируясь через социальные медиа и другие информационные средства. Данный процесс получил название «цифровой активизм» [1].

Согласно А. В. Матвеевой, одно из академических направлений определяет категорию цифрового активизма как гражданскую деятельность, осуществляемую с использованием как стационарных, так и мобильных устройств с доступом в Интернет. В эту категорию входят различные формы активизма (то есть электронные формы гражданского неповиновения), хакерские атаки на веб-сайты, использование хештегов и интернет-пропаганда [2]. Другие исследователи интерпретируют цифровой активизм как использование всех средств массовой информации в политических целях [3, 4, с.621-622].

В различных концепциях цифрового активизма общим является участие в онлайн-пространстве. В соответствии с определением В. Б. Гольбрайха, онлайн-участие представляет собой «основанные на сетевых медиа действия, осуществляемые с целью активизировать социальные сети для повышения осведомленности о социальных или политических проблемах, или оказать социальное и политическое давление для их решения» [5, 6]. Современный цифровой активизм отличается тем, что он часто начинается в онлайн-пространстве, но осуществляется уже в офлайн-реалиях [7].

Интернет создал среду для различных активистских сообществ и проектов, существующих только в виртуальной форме. Они возникают, когда другие способы самореализации невозможны из-за высокой потребности в анонимности, слабой способности к общению «вживую» или невозможности найти партнеров поблизости и т. д. [8, с. 152-153].

Среди онлайн-протестных методов выделяются: изменение аватара в поддержку какой-либо инициативы; использование хештегов для участия

в акциях; создание онлайн-петиций; проведение DDOS-атак; запуск специальных веб-сайтов; временное отключение сервисов и сайтов; ретвиты; формирование групп в социальных сетях; размещение тематических сообщений в социальных сетях; распространение графики и видеоматериалов в поддержку какой-либо кампании [7].

Стоит отметить, что хоть цифровизация открыла новые возможности для проведения протестных акций, однако, традиционные формы протеста также продолжили своё существования. Интересным является опыт протестной деятельности эко-активистов. Гольбрайх выявил, что в зависимости от типа конфликта применяются различные формы участия. В случае конфликтов, связанных со строительством, опасными предприятиями, вырубкой зеленых насаждений и застройкой особо охраняемых природных территорий, чаще используются традиционные методы участия. Однако при решении проблем, связанных с защитой животных, управлением мусором и борьбой с загрязнением воды и водоемов, активисты чаще всего ограничиваются созданием онлайн-петиций [9].

Исследование политических акций протестного характера в социальных медиа позволяет выделить следующие особенности сетевых мобилизационных процессов [10]:

- молниеносное развитие событий и их трансграничность: онлайн-формат снижает организационные издержки, устраняя транспортные, территориальные и временные преграды — люди из разных городов и территориальных образований могут подключаться к акции в любое время;

- высокая степень анонимности: сетевая мобилизация позволяет максимально затруднить процесс идентификации как рядовых участников, так

- и организаторов акций, значительно снижая репрессивные издержки и существенно повышая привлекательность акций;

- сложность противодействия: практика виртуальной мобилизации показывает, что даже при наличии инструментов административного контроля сетевой протест не всегда удается быстро подавить — в случае необходимости организаторы протеста легко могут осуществить переход на другую площадку;

- низкая прогнозируемость, которая является следствием высокой степени стихийности виртуальных акций: потенциальный круг участников постоянно увеличивается, и предсказать последствия с учетом такой переменной чрезвычайно сложно;

- перманентный характер: виртуальные выступления, в отличие от офлайн-акций, имеют тенденцию к пролонгации — организаторы заинтересованы в их проведении если и не в бессрочном, то в длительном формате [11].

С учетом вышеизложенного, исследователи подчеркивают, что воздействие виртуальных социальных сетей на гражданскую активность имеет двойственный характер. С одной стороны, современные информационные и коммуникационные технологии предоставляют новые возможности для выражения гражданской позиции, организации социальных [12] и политических [13] мобилизаций, изменения характера публичных мероприятий, таких как митинги [14], и т. д. С другой стороны, существует риск того, что эти технологии могут оторвать пользователей от реальных протестных движений, ограничивая их виртуальными формами взаимодействия [15].

Оппонентами в политических конфликтах могут выступать как общество-правительство, так и государство-государство.

Оперативное распространение информации используется противоборствующими сторонами для достижения своих целей. Государства и стороны конфликта начинают манипулировать массмедиа (или медиа), заставляя их освещать события с определенной, выгодной конкретной стороны, позиции. Это может привести к усилению политической нестабильности, которая может быть спрогнозирована и предотвращена.

Поэтому цифровое общество и доступность информации оказывают существенное влияние на политические конфликты в современном мире.

Важность роли СМИ в военных конфликтах проявилась еще в США во времена войны во Вьетнаме [16]. Одной из особенностей военных действий во Вьетнаме было то, что они были широко освещены в американских средствах массовой информации. Масс-медиа активно участвовала в этой войне, вынуждая правительство реагировать на их вовлеченность. Информированность населения о ходе военных событий привела к массовым протестам и отрицательному общественному отношению к конфликту. Важную роль в прекращении войны сыграла свобода СМИ. В некотором смысле, данный случай является примером положительного влияния распространения информации о конфликте, а также участия СМИ в деэскалации и предотвращении войны. Опыт вьетнамской войны подчеркнул важность информации и, в частности, роли СМИ в политических конфликтах, и подтвердил невозможность ведения войн без учета этого аспекта. Это привело к появлению новых особенностей и условий ведения войн в современном мире.

Однако следует отметить, что свобода СМИ может иметь и отрицательное влияние на конфликты, например, если информация, которую они распространяют, является ложной или неполной. Поэтому, необходимо развивать механизмы контроля качества информации, которую распространяют СМИ, чтобы избежать нежелательных последствий.

Понятие «информационные войны», в таком виде, в котором оно используется сейчас, появилось в 1996 году в отчете американской корпорации «Рэнд». Несмотря на это, термин «информационные войны» до сих пор имеет разные трактовки, и значение данного термина часто становится объектом дискуссий.

Согласно исследованиям, информационная война – это стремление получить преимущество над конкурентами или противниками путем мобилизации информационных ресурсов или ограничения использования информационных ресурсов противника [17]. Такая война может проходить в физической, информационной и когнитивной сферах, что указывает на то, что она может включать традиционные физические методы уничтожения информационных ресурсов, а также воздействовать на мышление людей.

Примером политических конфликтов в цифровом обществе является серия антиправительственных протестов, восстаний и вооружённых мятежей, охвативших большую часть арабского мира, так называемая "Арабская весна", которая началась в 2010 году в Тунисе и распространилась на другие страны Ближнего Востока и Северной Африки. В этом конфликте социальные сети играли важную роль, предоставляя людям возможность обмени-

ваться информацией и мнениями. Это помогло организовать протесты и выразить недовольство политической ситуацией в стране [18].

Еще один пример – это политические конфликты в США в связи с выборами президента. Распространение фальшивой информации в социальных сетях, а также кибератаки на серверы кандидатов стали причиной значительной политической напряженности. Это привело к разногласиям между сторонами и углубило подразделение общества.

Конфликт в цифровом обществе может возникнуть в результате дезинформации и распространения фальшивых новостей, которые могут повлиять на политические процессы и общественное мнение. С появлением социальных сетей и новостных порталов, любой пользователь может создавать и распространять новости, независимо от их достоверности, что приводит к провокации конфликтов, в том числе в политической сфере.

Цифровое неравенство также оказывает влияние на политические конфликты. Оно заключается в нескольких аспектах: недоступность к политической информации (например, программы кандидатов); невозможность осуществления политических действий (например, электронное голосование) со стороны групп населения, не использующих цифровые технологии; отсутствие возможности у некоторых групп населения публично высказывания своего мнения, что приводит к неполному анализу массовых настроений (т. к. в основном анализируется цифровое присутствие политически активных жителей).

Проблема киберпреступности, а также неуправляемости информацией также провоцирует политические конфликты, связанные с неправомерным использованием персональных данных граждан. Одним из последствий таких действий является нарушение прав на приватность. Кроме того, правительства могут использовать эти данные для мониторинга и контроля своих граждан.

С одной стороны, цифровизация общества привела к потере контроля над информацией, с другой стороны, она дала возможность осуществлять надзор над информационными ресурсами. Так, некоторые правительства пытаются контролировать и ограничивать доступ пользователей к определенным сайтам и информации в интернете. Это может ограничить свободу слова и свободный доступ к информации, что может привести к нарушению прав человека на свободу выражения мнения.

Одним из примеров является Китай, который блокирует доступ к большинству западных сайтов, таким как Facebook (принадлежат компании Meta, которая была признана экстремистской и запрещена на территории России) и Google. В России также были приняты законы, которые позволяют правительству блокировать доступ к сайтам и контенту, который они считают опасным или нежелательным.

Таким образом, Интернет, как неотъемлемая составляющая цифровой трансформации, представляет собой не только платформу для гражданской активности, но также предоставляет инструменты для ее осуществления. Воздействие цифровой трансформации на общество проявляется через появление цифрового активизма, который принимает разнообразные формы: онлайн-подписи петиций и дискуссии, вступление в социальные группы, распространение материалов о проблемах через репосты и публикацию ссылок.

Все эти действия в онлайн-медиа способствуют распространению информации и повышению осведомленности о социальных и политических проблемах.

Несмотря на появление новых форм политического активизма, традиционные протестные технологии всё ещё используются в различных акциях. Но есть и цифровые формы активизма, которые полностью реализуются в Интернете и до его возникновения были просто невозможны (например, онлайн-мониторинг по web-камерам).

Цифровое общество отличается свойством самостоятельной мобилизации, в том числе для провокации или решения политического конфликта. Среди особенностей такого мобилизационного процесса выделяются: молниеносное развитие событий и их мобильность, высокая степень анонимности, сложность противодействия, низкая прогнозируемость, перманентный характер.

Список использованных источников

1. Ачкасова В. А. Мобилизационный потенциал виртуального сетевого пространства [Электронный ресурс] // Политэкс. 2021. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mobilizatsionnyu-potentsial-virtualnogo-setevogo-prostranstva> (дата обращения: 31.03.2023).

2. Joyce M. Digital Activism Decoded. The New Mechanics of Change. New York: Idebate Press, 2010. 240 p.

3. Gerbaudo P. Tweets and the Streets: Social Media and Contemporary Activism. London: Pluto, 2012.

4. Матвеева А. В. Особенности гражданского участия в условиях современного цифрового пространства // Форум молодых ученых. Саратов: ООО «Институт управления и социально-экономического развития, 2018. № 5-2 (21). С. 620-625.

5. Theocharis Y. The Conceptualization of Digitally Networked Participation // Social Media+Society. 2015. № 2(1). P. 1-14

6. Гольбрайх В. Б. Экологический активизм: новые формы политического участия // Власть и элиты / Под ред. А. В. Дуки. 2016а Т. 3. С. 98-120

7. Башева О. А. Цифровой активизм как новый метод гражданской мобилизации [Электронный ресурс] // Научный результат. Социология и управление. 2020. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovoy-aktivizm-kak-novyy-metod-grazhdanskoj-mobilizatsii> (дата обращения: 31.03.2023)

8. Демакова К., Маковецкая С., Скрыкова Е. Неполитический активизм в России // Pro et Contra. 2014. Май-август. С. 148-163

9. Гольбрайх В. Б. Экологические общественные инициативы в Интернете как новая практика политического участия [Электронный ресурс] // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. 2016. № 4. С. 340-350.

10. Клавиатурный протест. 2020. [Электронный ресурс] // URL: <http://cpkr.ru/issledovaniya/budushchee/klaviaturnyyuprotest/> (дата обращения: 31.03.2023)

11. Ачкасова В. А. Мобилизационный потенциал виртуального сетевого пространства [Электронный ресурс] // Политэкс. 2021. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mobilizatsionnyu-potentsial-virtualnogo-setevogo-prostranstva> (дата обращения: 31.03.2023).

12. Усачева О. А. Сети гражданской мобилизации // Общественные науки и современность. 2012. № 6. С. 35-42.

13. Ваньке А., Ксенофонтова И., Тартаковская И. Интернет-коммуникации как средство и условие политической мобилизации в России (на примере движения «Зачестные выборы») // ИНТЕР. 2014. № 7. С. 44-73.

14. Архипова А. С., Радченко Д. А., Титков А. С., Козлова И. В., Югай Е. Ф., Белянин С. В., Гаврилова М. В. «Пересборка митинга»: интернет в протесте и протест в интернете // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2018. № 1 (143). С. 12-34

15. Ушкин С. Г. Влияние виртуальных социальных сетей на протестную активность в российском обществе: автореф. дис. ... канд. социол. наук. Саранск, 2015. 25 с.

16. Соловьёв А.В. Информационная война: понятие, содержание, перспектива // Пространство и Время. 2010. № 2. С.75-81

17. Manoj Maharaj, Brett van Nierkerk. The Information Warfare Lifecycle Mode 1: [Электронный ресурс] // SA journal of INformation Management 13.1, 2011. URL: https://www.researchgate.net/publication/256473452_The_Information_Warfare_Life_Cycle_Model. (last request: 07.03.2023)

18. «Арабский кризис» и его международные последствия // М.: ЛЕНАНД, 2014. — 256 с.

COMMUNICATIVE ASPECTS OF THE DEPLOYMENT OF POLITICAL CONFLICTS

E. Enikeeva

The article considers digital activism as one of the consequences of digitalization that has an impact on the deployment of political conflicts. Protest activities using both online methods and traditional methods are described. The paper identifies the features of network mobilization processes, as well as assesses the impact of virtual social networks on civic activity. Examples of political conflicts in a digital society are given to identify the key features of the communicative aspects of the deployment of political conflicts.

Keywords: digital activism, civic engagement, political conflicts

Сведения об авторе

ЕНИКЕЕВА Екатерина Михайловна – ассистент кафедры социально-политических наук факультета социальных цифровых технологий, Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича, аспирант 2 курса группы 22.А01-вшж Высшей школы журналистики, Санкт-Петербургский государственный университет, (г. Санкт-Петербург, Россия), enikeeva_em@mail.ru

УДК 339.138

АВТОМАТИЗАЦИЯ РАБОТЫ ЧАТ-БОТОВ И РАССЫЛОК С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА ДЛЯ БОЛЕЕ ЭФФЕКТИВНОЙ КОММУНИКАЦИИ С АУДИТОРИЕЙ

А. М. Карачурин

В статье отражены преимущества использования нейронных сетей в интернет-продвижении компаний и рекламной деятельности в целом. Текущая ситуация на рынке рекламных услуг в 2023 году претерпевает некоторые изменения, связанные с уходом многих иностранных компаний и специалистов, что требует использования новых платформ продвижения и экономических затрат для специалистов в этой области. Автоматизация работы искусственного интеллекта может улучшить продвижение компаний и снизить затраты на поиск и внедрение рекламных и коммуникационных инструментов. Чат-боты и информационные бюллетени являются эффективными инструментами общения с аудиторией в малом и среднем бизнесе. Они помогают повысить эффективность маркетинга, привлечь новых клиентов и увеличить продажи. Однако для успешного использования необходимо правильно спланировать стратегию и выбрать соответствующие инструменты.

Ключевые слова: искусственный интеллект, SMM-продвижение, кризис рекламного рынка 2023 года, реклама, коммуникация, нейронная сеть.

На сегодняшний день, рынок услуг и товаров резко меняется, и приходят или заменяются привычные всем вещи. Отсюда компании идут к тому, что должны донести весь новый поток информации об услугах и продуктах до целевой и потенциальной аудитории. При этом всем, и рынок специалистов также идет на спад в некоторых областях, и компании должны тратить больше времени и ресурсов на поиск штата. Поэтому время – самый ценный ресурс, эффективная коммуникация с аудиторией становится ключевым фактором успеха для малого и среднего бизнеса. Одним из инновационных инструментов, способствующих улучшению взаимодействия с клиентами, являются чат-боты, которые работают не только по скриптам и шаблонам и рассылки – с генерацией текста при помощи ИИ, особенно это актуально в условиях кризисной обстановки и потерей видимого процента специалистов, в том числе и в области маркетинговых коммуникаций и рекламной индустрии. Также подобные инструменты позволяют автоматизировать работу целого коммуникационного или же рекламного отдела, что, в свою очередь, экономит бюджет и повысит эффективность коммуникации на больший процент аудитории, что также даст возможность бизнесу укрепить и другие стороны деятельности продвижения.

Чат-боты – это компьютерные программы, разработанные для автоматического общения с пользователями через мессенджеры, особенно они стали успешны во время пандемии и развитии искусственного интеллекта во множестве привычных нам сфер. Привлекая чат-ботов к коммуникации с клиентами, компании оптимизируют время сотрудников и избавляют их от еже-

дневной рутины разговоров с не всегда релевантными контактами. По данным исследования Intercom, в 2019 году благодаря чат-ботам руководители бизнеса сэкономили в среднем по \$300 тыс [1]. Они способны отвечать на вопросы клиентов, предоставлять информацию о продуктах или услугах, принимать заказы и даже проводить транзакции. Благодаря своей доступности и оперативности, чат-боты значительно упрощают процесс общения с аудиторией, экономя время как для бизнеса, так и для клиентов. Одним из главных преимуществ чат-ботов является доступность в любой момент времени. В отличие от людей, которые требуют отдыха и перерывов, чат-боты могут быть доступны круглосуточно для ответа на вопросы клиентов. Это особенно важно для малых и средних бизнесов, которые часто работают с ограниченным количеством сотрудников, и не могут позволить себе постоянное присутствие в онлайн. Ко всему прочему, чат-боты могут предоставлять персонализированный сервис каждому клиенту. Они могут анализировать предпочтения и поведение пользователей на основе предыдущих взаимодействий и предоставлять индивидуальные рекомендации или специальные предложения. Такой подход помогает улучшить опыт клиента и укрепить его лояльность к бренду. Кроме того, чат-боты могут быть настроены для предоставления персонализированных рекомендаций и предложений клиентам. Например, по результатам анализа предпочтений и покупок клиентов, чат-бот может предложить им дополнительные товары или услуги, которые могут быть им интересны. Это помогает удерживать клиентов и стимулировать повторные покупки. Пример применения эффективного чат-бота, можно отметить у компании «Fix4car» - которая занимается ремонтом легковых автомобилей на территории города Санкт-Петербург. Для чат-бота они задействовали несколько мессенджеров, что уже охватывает больший процент аудитории, а также и корпоративный сайт. С помощью бота, клиент может от начального запроса по автомобилю без помощи сотрудников прийти к покупке, рассчитать стоимость работ по автомобилю, увидеть весь спектр услуг, или же оформить заказ. С помощью такой автоматизации начального знакомства с компанией и заказа услуг, компания экономит большой ресурс времени, что позволяет более детально работать над качеством предлагаемых услуг и экономить бюджет для привлечения специалистов по обработке заявок и коммуникации с клиентами.

Еще одним полезным инструментом в коммуникации с аудиторией являются рассылки, но более персонализированные и детальные – сгенерированные при помощи различных сервисов нейросетей, которые активно приходят в работу маркетинговой и рекламной составляющей. При помощи рассылок бизнес может отправлять информацию о новых продуктах или акциях на почту или через мессенджеры своим подписчикам. Это позволяет держать клиентов в курсе последних новостей и предложений, укреплять их лояльность к бренду. Кроме того, рассылки дают возможность персонализировать коммуникацию с каждым клиентом, что повышает эффективность взаимодействия и увеличивает вероятность совершения покупки.

Помимо чат-ботов, рассылки также являются эффективным инструментом коммуникации с аудиторией. Рассылки позволяют малым и средним бизнесам регулярно информировать клиентов о новостях, акциях или специальных предложениях. Они также помогают поддерживать связь с клиентами

и напоминать о себе. Одним из преимуществ рассылок является возможность достижения большой аудитории за короткое время. С помощью электронных писем можно отправить сообщение тысячам клиентов одновременно, без необходимости звонить каждому отдельно. Это экономит время и ресурсы компании [2]. Кроме того, рассылки также позволяют трекать результаты коммуникации. С помощью специальных инструментов аналитики можно узнать, сколько людей открыло письмо, перешло по ссылке или произвело какие-либо действия на сайте после получения рассылки. Эта информация может быть полезна для оптимизации стратегии коммуникации и повышения эффективности рассылок. К данному инструменту коммуникации подойдет пример компании «Extra sport», питерского фитнес-клуба. Данное заведение отличается низким ценовым сегментом своих абонементов – от чего у них большая клиентская база, которая всегда хочет получить наиболее выгодное предложение. И вместо холодных и теплых звонков, коротких шаблонов, фитнес-клуб проводит персонализированные рассылки для действующих гостей, которые сложно отличить от человеческого рукописного текста. С помощью ИИ «Extra sport» проводит рассылки горячих предложений, новых акций, напоминанием для тех, у кого кончается абонемент и т. д., но при этом всем, данные рассылки имеют в себе личностные обращения и создают эффект заботы о клиенте и более тесного знакомства, что, в свою очередь, крепко удерживают постоянную базу клиентов.

Однако, чтобы успешно использовать чат-боты и рассылки в маркетинге, необходимо правильно спланировать стратегию, то, что мы хотим получить и какие ресурсы сэкономить, а какие использовать на максимум. Важно определить цели и задачи, которые нужно достичь с их помощью, а также выбрать подходящие инструменты и платформы, также это все можно объединить в лице одного специалиста, который может заменить отдел smm-продвижения. Также следует учитывать особенности своей аудитории и предлагать им релевантный контент.

Также, чат-боты и рассылки являются мощными инструментами в коммуникации с аудиторией в малом и среднем бизнесе. Они способствуют повышению эффективности маркетинга, привлечению новых клиентов и увеличению продаж. Однако для успешного использования необходимо правильно спланировать стратегию и выбрать подходящие инструменты [3]. В последние годы чат-боты и рассылки стали неотъемлемой частью коммуникации с аудиторией в малом и среднем бизнесе. Они обладают рядом преимуществ, таких как автоматизация процессов, увеличение эффективности работы и улучшение взаимодействия с клиентами. Однако технологии постоянно развиваются, и в будущем ожидаются изменения в использовании чат-ботов и рассылок.

Одной из основных тенденций является персонализация коммуникации. Клиенты все больше желают получать индивидуальные предложения и сообщения, которые отражают их интересы и потребности. В связи с этим, работчки чат-ботов должны уделить особое внимание созданию персонализированных скриптов и контента для каждого клиента – и более обширно с этим справиться искусственный интеллект. Рассылки также должны быть нацелены на конкретную целевую аудиторию, чтобы достичь максимального эффекта.

Еще одной тенденцией является расширение функционала чат-ботов. Например, уже сейчас некоторые боты могут проводить транзакции, бронировать услуги и даже предоставлять консультации. В будущем ожидается еще большее разнообразие возможностей для чат-ботов, что позволит им стать полноценными инструментами продаж и обслуживания клиентов. Рассылки также могут быть усовершенствованы с помощью добавления интерактивных элементов, например, опросов или игр. Также стоит отметить рост важности мобильной коммуникации. С каждым годом все больше людей используют мобильные устройства для доступа к информации и взаимодействия с компаниями. Поэтому разработчики чат-ботов и рассылок должны приспособить свои продукты к мобильным платформам и обеспечить удобство использования на смартфонах и планшетах.

Наконец, использование чат-ботов и рассылок позволяет компаниям установить постоянную связь с аудиторией. Пользователям необходимо всего лишь подписаться на рассылку или начать диалог с чат-ботом один раз, после чего они будут получать регулярные обновления или возможность задавать вопросы в любое время. Это создает впечатление присутствия компании рядом с клиентами и повышает степень доверия к бренду. Персонализация сообщений, сбор обратной связи, проведение опросов и установление постоянной связи — все это помогает компаниям лучше понимать потребности своей аудитории и предлагать им продукты или услуги, которые будут действительно интересны.

Список использованных источников

1. Нейросети в маркетинге: меньше рук – больше продаж [электронный ресурс]. // RB.RU — URL: <https://rb.ru/opinion/nejroseti-v-marketinge/> (дата обращения: 19.10.2023)
2. Все о нейросетях [электронный ресурс]. // GeekBrains — URL: <https://gb.ru/> (дата обращения: 19.10.2023)
3. Маркетинг и нейросети [электронный ресурс]. // Adpass — URL: <https://adpass.ru/marketing-i-nejroseti/> (дата обращения: 19.10.2023)

AUTOMATION OF CHATBOTS AND MAILINGS USING AI FOR MORE EFFECTIVE COMMUNICATION WITH THE AUDIENCE

A. Karachurin

The article reflects the advantages of using neural networks in the Internet promotion of companies and advertising activities in general. The current situation of the advertising services market in 2023 is undergoing some changes associated with the departure of many foreign companies and specialists, which requires the use of new promotion platforms and economic costs for specialists in this field. Automation of AI work can improve the promotion of companies and reduce the costs of searching and implementing advertising and communication tools. chatbots and newsletters are powerful tools in communicating with audiences in small and medium-sized businesses. They help im-

prove marketing efficiency, attract new customers and increase sales. However, for successful use it is necessary to properly plan the strategy and select the appropriate tools.

Keywords: artificial intelligence, SMM promotion, advertising market crisis of 2023, advertising, communication, neural network

Сведения об авторе

КАРАЧУРИН Артем Маратович – студент 2 курса института магистратуры по направлению реклама и связи с общественностью в бизнесе, Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича, (г. Санкт-Петербург, Россия), artkrmc@mail.ru

УДК 659

УПРАВЛЕНИЕ ПРОЦЕССОМ ОРГАНИЗАЦИИ СПЕЦИАЛЬНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ

А. А. Котлярова, И. В. Телелюшкина, Д. В. Шутман

В статье обосновывается актуальность исследования специфики связей с общественностью в процессе организации специальных мероприятий. Представлен анализ функций и задач осуществления деятельности по связям с общественностью в указанной сфере. Все рассмотренные аспекты коммуникативной составляющей процесса организации специальных мероприятий должны быть органично учтены при разработке общей стратегии PR-деятельности.

Ключевые слова: связи с общественностью, коммуникация, организация специальных мероприятий.

Среди основных целей и задач организации специальных мероприятий как сферы деятельности по связям с общественностью - обеспечение публичности не только компании, но и ее продукту или услуге. Сфера специальных событий развивается медленно, потому что спланировать и реализовать мероприятие достаточно сложно, особенно на первоначальном этапе.

Существуют несколько этапов организации специального мероприятия: исследование, планирование, подготовка, реализация, и оценка эффективности проведенного мероприятия. Каждый из этапов разбивается на подэтапы, где должны быть отмечены все детали в организации качественного мероприятия. Процесс организации специальных мероприятий начинается с проведения исследований. Ключевые вопросы, которые встают перед организаторами здесь:

1) Какова основная цель организации и проведения данного специального мероприятия?

2) Как убедить людей принять в нем участие?

Чтобы ответить на эти вопросы, необходимо обратиться к исследованиям. Исследования возможно разделить на два вида: внутренние и внешние. К внутренним исследованиям относится, в первую очередь, использование SWOT-анализа. К внешним исследованиям относятся анкетирование и опросы участников, проведение интервью (индивидуальных, в фокус-группах, экспертное мнение). В ходе исследования необходимо сопоставить планируемые результаты с поставленными целями и промежуточными данными [1].

Внешнее исследование является чуть не главным, мнение участников очень важно. Организаторы мероприятия узнают не только мнения его участников, но и показывают заинтересованность в значимости их мнений. Необходимо изучить аудиторию, а именно: кто будет являться участником мероприятия.

Аудитория может быть:

- внутренняя;
 - внешняя;
 - комбинированная.
-

Внутренняя аудитория – это коллеги, работающие в одной компании. Та аудитория, где все друг друга знают, где присутствует неформальное общение и общая история.

Внешняя аудитория – это дилеры, партнеры, клиенты компании, потенциальные клиенты и совершенно незнакомые люди.

Комбинированная аудитория – соединение внешней и внутренней аудиторий, что не упрощает задачу организаторов при проведении мероприятия для обеих аудиторий.

Также существует первичная и вторичная аудитории. Первичная – это участники мероприятия, которые присутствуют лично. Основная часть организации мероприятия направлена на них. Вторичная – те, кто не присутствует на мероприятии лично, однако мероприятие их все-таки касается.

На этом этапе необходимо собрать всю имеющуюся информацию для дальнейшего планирования мероприятия. Собранная информация должна быть проанализирована. Конечно же, этап исследования является более прикладным и не решает основные задачи мероприятия, но он помогает понять в каком направлении необходимо двигаться дальше.

Перед тем как приступить к реализации специального мероприятия организаторы должны определить его ключевые цели и задачи.

Цель – это то, что организатор хочет добиться в результате проведения мероприятия. Это глобальные достижения, ради которых проводятся мероприятия, то есть это стратегическое направление организации работы. Задача – это конкретные, измеряемые достижения мероприятия. Они локальные, указывают тактическое направление для действий [1].

Стоит подчеркнуть, что формирование целей и задач мероприятия является ключевым моментом. Специалист по связям с общественностью не должен забывать, что организация мероприятия – это творческий процесс, идея не должна затмевать цель и задачи, иначе мероприятию грозит провал, ввиду нецелесообразных действий.

Процесс организации мероприятия включает в себя ряд важных деталей, которые необходимо постоянно контролировать. Одним из важных элементов в организации мероприятия является персонал, команда тех, кто будет организовывать мероприятие. Любой организатор нуждается в надежной команде. Нанимать, мотивировать или увольнять – задачи HR-директора. Преследуемые профессиональные качества должны соответствовать рабочим нагрузкам. И, конечно же, персонала должно хватать. Очень важно учесть при составлении плана, что один человек не может оказаться в двух местах одновременно. Также важно поддерживать благоприятную атмосферу в коллективе, чтобы присутствовала креативная обстановка, в то же время, не возникало недопонимания. Для этого необходимо регулярно стимулировать мотивацию сотрудников, а также вознаграждать или поощрять коллективную работу. Считается, что лучших сотрудников надо сохранять, и поддерживать их интерес к работе. Также во многих компаниях существует программа обучения новых сотрудников. Корпоративная культура, традиции и преемственность в таких компаниях очень крепкая, здесь выращивают профессионалов [2].

Роль организатора мероприятий заключается не только в качественном планировании мероприятия, но и в распределении персонала либо по проектам, либо по функциям. Но бывает, что организаторы прибегают к временно-

му персоналу, эти люди могут заниматься регистрацией участников, упаковкой подарков, отправлением факсов и писем, ответами на стандартные вопросы, выполнять функцию массовки и т. п.

Разрабатываемая на данном этапе концепция специального мероприятия представляет собой документ, где должно быть описано мероприятие, его ключевые послы. В документе должен быть прописан полноценный план, начиная от целей и задач и заканчивая контактными данными всех участников. План должен представлять собой детальную, поминутную, законченную форму проведения и организации мероприятия. Кроме этого, специалисты должны составить план так, чтобы предусмотреть изменчивость среды и ситуации, возможность появления новых, в том числе не зависящих от компании факторов. Должен быть составлен и план по альтернативному решению возможных проблем.

Своего рода концепция создает правила игры, тем самым экономя ресурсы. Концепция формирует время и место мероприятия. В целом концепция является художественным произведением, где обязательно должны присутствовать кульминация и развязка, тем самым участники испытают эмоции, сопереживание и прочие чувства. И этот созданный мир должен выглядеть подлинным и убедительным. Очень важно протестировать концепцию, а точнее проверить насколько эффективным будет мероприятие.

Ключевое значение при формировании плана организации и проведения специального мероприятия имеет определение целевой аудитории.

Целевая аудитория выделяется из общей аудитории на основании характеристик, связанных с географическими, демографическими, экономическими, психологическими и поведенческими особенностями потребителей.

Необходимо сегментировать аудиторию. Сегментация – деление потребителей на группы по устойчивым признакам. Выделяются устойчивые характеристики [3]:

- **географические:** где человек живет, работает. Это может быть местоположение региона, динамика его развития, численность и плотность населения, доступность средств массовой информации, структура коммерческой деятельности, климат, юридические ограничения, развитость транспортной сети.

- **демографические:** возраст, пол, семейное положение и размер семьи, национальность, профессия, образование;

- **экономические:** занятость, уровень дохода, и как следствие покупательная способность;

- **психологические или психографические (стиль жизни):** темперамент, поведенческие привычки, социальная группа, этапы жизненного цикла семьи, черты характера, жизненная позиция, доминирующие мотивы поведения, образ жизни, система ценностей

- **поведенческие характеристики:** интенсивность использования товара, опыт его использования, приверженность торговой марке, степень лояльности к фирме и бренду, повод для совершения покупки, важность покупки, адаптация к продукту, доминирующие мотивы покупки, частота пользования конкретным товаром, способность откликнуться на новые товары на рынке.

Особое значение в формировании плана специального мероприятия имеет бюджет. Планируемые расходы можно разделить на прямые и накладные.

Прямые расходы:

- связанные с проведением самого мероприятия, например:
- аренда помещения;
- аренда/покупка оборудования;
- реклама;
- питание участников;
- зарплата временного персонала;
- транспорт.

Накладные расходы – не связанные напрямую с самим мероприятием, но необходимые для его организации, в том числе:

- зарплата для постоянного персонала;
- аренда офиса, связь;
- офисные, канцелярские расходы;
- амортизация и т. д.

Прямые расходы, в свою очередь, состоят из суммы фиксированных и переменных расходов.

Фиксированные расходы – это все, что не зависит от того, сколько человек принимало участие в мероприятии. К ним можно отнести:

- расходы на маркетинг и рекламу;
- расходы на аренду помещения мероприятия;
- вознаграждение консультантам;
- расходы на вспомогательный персонал;
- расходы на оформление, звук, свет, музыку, декорации;
- обеспечение шоу-программы;
- транспортные расходы;
- проживание;
- другие расходы.

Переменные расходы – это все, что зависит от количества человек на мероприятии. К этой категории расходов можно отнести:

- раздаточные материалы;
- закуски, питание (услуги кейтеринга);

Не следует исключать необходимости сокращения расходов на проведение мероприятия. В этом случае необходимо расставить приоритеты, определяя основные и ключевые моменты в мероприятии, без которых никак не обойтись. Если возникает необходимость сокращать расходы, то чаще всего под это попадают переменные расходы.

После всего проделанного, с готовым планом на руках, следует переходить к реализации задуманного мероприятия. Этот этап является самым трепетным и долгожданным для каждого организатора. Мероприятие – это особенный мир, где свои правила проведения.

Мероприятие для его участников начинается с того, что им необходимо добраться до места проведения запланированного мероприятия. Желательно, чтобы место проведения было не столь отдалённым, чтобы участник мероприятия смог без труда его найти. На улице, которая ведет до места проведения мероприятия, должны быть размещены указатели с логотипом компании-организатора и стрелкой, чтобы участник был уверен в маршруте.

Вход на мероприятие должен быть эффективным для участника, естественно это должно прописаться в концепции, участник должен перейти в другой режим.

Далее последует предварающая зона, где декорации, актеры, живая музыка, напитки, атрибуты и интерактивные элементы. Именно в этой зоне начинается разворачиваться концепция. Организатор мероприятия должен развлекать участников, беседовать, но не забывать контролировать ситуацию. Настроение участников – это и есть настоящее мероприятие, которое может стать для них событием. Кроме того, эта зона стимулирует интерес и любопытство участников к предстоящему основному действию.

Основное помещение - это апогей мероприятия. Это зона, где происходит центральное событие. Здесь и фуршет, который должен быть оформлен крайне разнообразно; сцена, которая должна быть видна всем и на ней нет никаких препятствий; профессиональное освещение; декорации должны еще больше украсить место проведения или наоборот скрыть какие-то недостатки; инфографика, а точнее указатели, чтобы участники не тратили время на поиски.

Последний этап в организации и проведении специального мероприятия заключается в решении нескольких задач, а именно:

1. Финансовый отчет. После мероприятия важно подготовить незамедлительный финансовый отчет. Только после мероприятия можно выяснить, где компания переплатила, или наоборот, сэкономила.

2. Анализ анкет участников. Ответ участника стимулирует мотивацию организатора мероприятия.

3. Проанализировать выводы, результаты мероприятия, достижения и задачи.

4. Опубликовать пост-релизы.

5. Опубликовать фотоотчет о мероприятии.

6. Проанализировать состав участников

7. Подготовить базу с контактами всех участников мероприятия.

8. Провести анализ самого проекта с точки зрения организации и рекомендаций для следующих мероприятий.

Из всего вышеперечисленного можно утверждать, что организация специального мероприятия является трудоемким процессом, который требует серьезного структурированного подхода, тотального контроля над происходящим и достаточной доли энтузиазма. Нельзя оставить без внимания профессиональные качества специалиста по связям с общественностью, который должен выполнять свои обязанности в соответствии с полученными профессиональными навыками. Организатор должен точно понимать, зачем и для чего он делает мероприятие, именно от него будет зависеть не только хорошо выполненная работа подчиненных, но и исход мероприятия в целом.

Список использованных источников:

1.Игнатъев Д. В. Настольная энциклопедия PR. // М.: Альпина Бизнес Бук, 2006. – 437 с.

2. Почекаев, Р. Ю. История связей с общественностью : учеб. пособие для академического бакалавриата / Р. Ю. Почекаев. — 2-е изд., испр. и доп. // М. : Издательство Юрайт, 2018. — 223 с.

3. Связи с общественностью как социальная инженерия / Под ред. В. А. Ачкасовой, Л. В. Володиной. // СПб.: Речь, 2005. – 125 с.

MANAGING THE PROCESS OF ORGANIZING SPECIAL EVENTS

A. Cotlyarova, I. Telelushkina, D. Shutman

The article substantiates the relevance of the study of the specifics of public relations in the process of organizing special events. An analysis of the functions and tasks of public relations activities in this area is presented. All the considered aspects of the communicative component of the process of organizing special events should be organically taken into account when developing a general PR strategy.

Keywords: public relations, communication, organization of special events.

Сведения об авторах

КОТЛЯРОВА Анна Андреевна – старший преподаватель кафедры социально-политических наук, Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича, (г. Санкт-Петербург, Россия), kotlyarova.aa@sut.ru

ТЕЛЕЛЮШКИНА Инна Валентиновна – старший преподаватель кафедры социально-политических наук, заместитель декана факультета социальных цифровых технологий по учебной работе, Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича, (г. Санкт-Петербург, Россия), gf@sut.ru

ШУТМАН Денис Валерьевич – кандидат политических наук, доцент, заведующий кафедрой социально-политических наук, декан факультета социальных цифровых технологий, Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича, (г. Санкт-Петербург, Россия), gf@sut.ru

УДК 339.192
ГРНТИ 19.01.80

КОММУНИКАЦИОННЫЕ АСПЕКТЫ ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОМУ «ТЕРРОРИЗМУ» В ИНТЕРНЕТ-ПРОСТРАНСТВЕ

А. В. Кульназарова, С. С. Тоцева

Развитие рыночной экономики и правовых механизмов регулирования взаимодействия потребителей и бизнеса приводят к повышению уровня деловой и потребительской культуры. Однако нередко происходят случаи злоупотребления правами и недобросовестного, а иногда и противоправного, поведения со стороны потребителей. В этом процессе могут использоваться и цифровые технологии, от фото- и видеозаписей до распространения негативной информации в социальных сетях. Поскольку с юридической точки зрения потребитель более защищен, бизнесу необходимо искать новые подходы для противодействия потребительскому терроризму, используя коммуникации для минимизации репутационных рисков.

Ключевые слова: потребительский терроризм, злоупотребление правом, защита репутации.

В современном мире, в том числе в России, защита прав потребителей является одним из важнейших направлений законотворческой деятельности. Существуют и активно развиваются различные механизмы защиты потребителя от недобросовестных производителей и продавцов, однако и сами потребители могут проявлять недобросовестность, злоупотребляя своими правами. Такое явление получило название «потребительский терроризм» или «потребительский экстремизм». Этот термин является, скорее, образным, он не закреплён в законодательстве, однако его использование распространено в деловой практике. Согласно исследованию ТАСС, проведенному в 2021 г., почти все опрошенные представители бизнеса указали на то, что они, так или иначе, сталкиваются с потребительским экстремизмом [1]. В науке гражданского права достаточно давно сформировалось понятие «злоупотребление правом» (ст. 10 Гражданского кодекса РФ), за счет которого потребитель может как причинить вред хозяйствующему субъекту и обогатиться за его счет, так и обойти закон [6].

Важно отметить, что существуют различия между защитой потребителем своих прав и потребительским терроризмом. Защита своих прав – это неотъемлемое право, и оно реализуется в соответствии с законом. К признакам же потребительского терроризма следует отнести:

- шантаж и угрозы испортить репутацию бизнесу;
 - разжигание конфликта, отказ перейти в правовое поле для разрешения ситуации согласно закону;
 - отказ от проведения экспертизы;
 - злоупотребление своим положением;
 - требование предоставления скидок, бесплатных услуг, возврата денежных средств в качестве компенсации;
 - умышленное причинение вреда товару, имуществу бизнеса для получения выгоды.
-

На сегодняшний день самыми уязвимыми сферами бизнеса, которые подвержены злоупотреблениям со стороны потребителей являются:

- сферы обслуживания и гостеприимства: гостиницы и апартаменты, рестораны, салоны красоты и бьюти-услуг, такси, частные медицинские кабинеты;
- сфера электронной коммерции (маркетплейсы, интернет-сервисы);
- розничная торговля;

Однако, так или иначе, с примерами потребительского терроризма сталкиваются и другие сферы, такие как автомобильный бизнес, банковский бизнес и другие. Рост случаев потребительского терроризма в разных сферах неоднороден. Количество случаев зачастую прямо пропорционально тому насколько сложно потребителю получить компенсацию «здесь и сейчас», а не через обращения в инстанции, согласно закону. Характерно, что в сферах, где главенствует крупный бизнес, например, в банковской, решением всех претензий потребителя занимаются юридические отделы, которые следуют закону и переводят неразрешённые претензии в правовое поле, что сужает поле для деятельности недобросовестных потребителей.

Важно отметить, что в последние годы феномен потребительского терроризма претерпел изменения, связанные с ростом популярности интернет-сервисов. Потребительский терроризм приобрел масштабность. Если ранее случаи потребительского терроризма, отмечаемые в практике, чаще всего были связаны с поиском потребителем лазеек в законодательстве, то на сегодняшний день рост случаев с тем, что появился новый метод давления на бизнес – публичность. В эпоху цифровых технологий, зависимости от рейтингов, отзывов бизнес все чаще сталкивается с репутационным шантажом, когда недобросовестный покупатель запугивает написанием негативных отзывов или постов, требует от компании компенсации.

Потребители получили новые рычаги воздействия в онлайн-пространстве. И это создало удобные условия для роста в случае потребительского терроризма. В первую очередь это связано с повсеместным распространением маркетплейсов. Ранее ярким примером тезиса «клиент всегда прав» служила площадка AliExpress, которая почти всегда вставала на сторону покупателей и возвращала средства. Эти случаи получили повсеместную огласку, большой резонанс в соц. сетях, появились целые гайды от мошенников как можно обманывать магазин. Развитие российских площадок маркетплейсов, таких как Wildberries, Яндекс.Маркет и других также способствовало росту потребительского терроризма в сфере электронной коммерции.

К признакам потребительского терроризма при покупках в интернет-магазинах возможно отнести:

- попытку получить услугу или товар бесплатно, зачастую с подменой или воровством товара;
- получение компенсации от компании за какой-либо изъян в товаре или услуге, за якобы нарушенные права;
- бесплатную аренду товара с последующим возвратом, при котором повторная реализация для компании невозможна или убыточна;
- требование персональных скидок за счет продавца;
- освещение ситуаций с якобы нарушенными правами в социальных сетях с целью привлечь внимание общественности и вынудить компанию пойти на уступки для урегулирования конфликта.

Умышленная порча, подмена товара, и другие действия недобросовестного покупателя с целью выгоды вынуждают продавцов нести убытки, а маркетинговые в целях борьбы ужесточают требования к возвратам.

Необходимо отметить, что говоря о практике потребительского терроризма, весьма разнится в причинении ущерба крупным брендам или малому бизнесу. Малый бизнес сильно зависим от каждой потери единицы товара, от отзывов и из влияния на будущий спрос, поэтому убытки, причиняемые этому сектору, зачастую могут быть критичными для успешного ведения бизнеса.

Отдельной сферой, в которой рост потребительского терроризма возрос в последние годы, является сфера гостеприимства. В гостиничном бизнесе целью злоупотребления покупателем является получение скидки, бесплатного размещения в отеле или апартаментах, получении каких-либо бонусов (бесплатные услуги, подарки). Гости средств размещений располагают возможностью отказа от услуги, при этом доказать добросовестно ли оказаны услуги или нет зачастую невозможно, т. к. гостиничный номер – это не товар, который возможно вручить покупателю, провести экспертизу по указанным нареканиям или предоставить видео-доказательство. Гости могут указать на любое несоответствие предоставленного номера и запросить полный или частичный возврат, скидку. В особенности обратиться за возвратом уже после оказания услуги.

Недобросовестный потребитель оперирует угрозой оставить отзыв на площадках бронирования, карточках отелей в поисковиках, в соц. сетях. Зачастую отельеры идут на поводу у таких гостей стараясь сгладить конфликт, взвешивая стоимость финансовой потери от решения этой проблемы (скидка, комплементарная услуга) к стоимости репутационных потерь от публикации негативного отзыва. Отзывы в поисковых системах дают все больший простор для выражения мнения гостя, это текстовые отзывы, фото, на некоторых площадках и видео, но не дают возможность повлиять на удаление недостоверного отзыва, т. к. площадка всегда встает на сторону гостя в выражении его мнения.

Отзывы в соц. сетях также имеют разрушающее действие, т. к. охваты и просмотры таких историй высоки, интерес к негативным отзывам всегда выше и опровергнуть историю, рассказанную гостем, практически невозможно.

Сфера пассажирских перевозок также все чаще подвергается мошенническим действиям. Вирусные ролики от пассажиров с описанием случаев насилия, обмана, грубого поведения со стороны водителей набирают большое количество просмотров. Компания-грузоперевозчик реагирует публичным ответом, описывая ситуацию со своей стороны, однако, наибольшее информационное воздействие у начала истории, а не у ее завершения. К примеру, после обвинения водителя компании «Gett» в изнасиловании и благодаря активной работе компании в публикации опровержений компания получила извинение от инициатора конфликта [5].

Однако новость об опровержении обвинений не стала вирусной, как изначальная с обвинением, а в медиополе отзывов о компании статьи с обвинением выходят на первый план.

Рост случаев потребительского терроризма показывает, что в современных реалиях потребителю нет необходимости обращаться в суд или Роспот-

ребнадзор для утверждения своих прав, достаточно угрозы и публичного осуждения своей претензии.

Ценность репутации в онлайн-пространстве для бизнеса все выше, это провоцирует недобросовестных потребителей и создает феномен нового уровня потребительского терроризма. Потребители-мошенники зачастую не несут ответственности за свои угрозы или явную клевету, пользуясь правом высказывать любое мнение.

Такая практика показывает, что защита прав потребителя и бизнеса должна быть равносторонней. Согласно российскому законодательству, потребитель является слабой стороной, а хозяйствующий субъект — профессиональным участником рынка. Соответственно, права потребителей должны быть особым образом защищены [4].

Потребители защищены рядом законов, в первую очередь, ФЗ «О защите прав потребителей», и в праве обращаться в органы Роспотребнадзора. Феномен потребительского терроризма в интернет-пространстве основывается на угрозе со стороны потребителя испортить репутацию компании. В современных реалиях недооценены репутационные последствия для бизнеса, и их влияние на прогнозируемые убытки от вреда деловой репутации, в связи с чем недостаточно развиты правовые рычаги и судебная практика воздействия на недобросовестных потребителей.

Правовыми механизмами защиты бизнеса в ситуации потребительского терроризма являются обращения в суд по вопросам защиты деловой репутации путем опровержения порочащих их сведений или опубликования своего ответа в СМИ, а также заявление требований о возмещении убытков, причиненных распространением таких сведений [3]. Однако судебные тяжбы всегда требуют временных, экономических, организационных ресурсов. По мнению некоторых авторов, действия потребителя, признанные судом в качестве злоупотребления правом, следует квалифицировать как правонарушение [1], однако, на сегодняшний день такой подход в законодательстве не реализован.

Сложности для бизнеса защитить себя от новых форм потребительского терроризма в правовом поле в данный момент диктует необходимость пересмотра реакции бизнеса на такие случаи.

В первую очередь важна подготовка к потенциальным случаям потребительского терроризма:

- обеспечение прозрачности и четкости информации: обеспечение видеонаблюдения и записи разговоров сотрудников и клиентов в публичных местах, фиксирование переписки с потребителям;
- отсутствие реакции и уступок в ответ на шантаж, предложение потребителям-мошенникам урегулировать конфликт в правовом поле;
- своевременная реакция на негативные отзывы, публикации с должным профессионализмом и тональностью.

Таким образом, субъекты бизнеса, во избежание судебных разбирательств, могут использовать разнообразные коммуникационные средства для урегулирования ситуации.

Список использованных источников

1. В. А. Белов. Виды требований потребителей: теоретико-практический анализ // Закон, 2021. – № 9. – С. 33-41.
2. Н. А. Киселева К вопросу о содержании понятия "потребительский экстремизм" // Государственная власть и местное самоуправление. – 2022. – № 10. – С. 6-8.
3. «Обзор практики рассмотрения судами дел по спорам о защите чести, достоинства и деловой репутации» (утв. Президиумом Верховного Суда РФ 16.03.2016 [электронный ресурс] // URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_195322/ (дата обращения: 11.10.2023).
4. «Потребительский терроризм — не более чем выдумка со стороны бизнеса» [электронный ресурс] // Zakon.ru. URL: https://zakon.ru/discussion/2021/9/27/potrebitelskij_terrorizm_-_ne_bolee_chem_vydumka_so_storony_biznesa__intervyu_s_mihailom_orlovym (дата обращения: 11.10.2023).
5. Управляющий директор MDK обвинила таксиста [электронный ресурс] // [Medialeaks](http://Medialeaks.ru). 28 февраля 2020. URL: <https://medialeaks.ru/news/2802vzn-mdk-taxi/> (дата обращения: 11.10.2023).
6. Эксперты назвали «потребительский экстремизм» нагрузкой для бизнеса в эпоху e-commerce [электронный ресурс] // ТАСС. 12 мая 2021. URL: <https://tass.ru/ekonomika/11348375> (дата обращения: 11.10.2023).

**COMMUNICATION ASPECTS OF COUNTERING
CONSUMER «TERRORISM» IN THE INTERNET**

S. Toscheva, A. Kulnazarova

The development of a market economy and legal mechanisms for regulating the interaction of consumers and businesses lead to an increase in the level of business and consumer culture. However, cases of abuse of rights and unfair, and sometimes illegal, behavior on th part of consumers often occur. Digital technologies can also be used in this process, from photo and video recordings to the dissemination of negative information on social networks. Since, from a legal point of view, the consumer is more protected, businesses need to look for new approaches to counter consumer terrorism, using communications to minimize reputational risks.

Keywords: consumer terrorism, abuse of law, protection of reputation.

Сведения об авторах

КУЛЬНАЗАРОВА Анастасия Витальевна – кандидат политических наук, доцент кафедры социально-политических наук факультета социальных цифровых технологий, Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича, (г. Санкт-Петербург, Россия), kulnazarova.av@sut.ru

ТОЩЕВА Светлана Сергеевна – ассистент кафедры социально-политических наук факультета социальных цифровых технологий Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича, (г. Санкт-Петербург, Россия), velmyakina.ss@sut.ru

УДК 659.44

ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ В КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЯХ: ВОЗМОЖНОСТИ И ВЫЗОВЫ ДЛЯ РЫНКА ТРУДА

Е. Б. Курганова, А. С. Шерне

В фокусе внимания автора ключевые возможности и вызовы для российского рынка труда креаторов, которые обусловлены стремительным развитием инструментов ИИ и их активным использованием для решения задач в области коммуникаций. Теоретические тезисы иллюстрируются результатами международных и отечественных исследований, а также кейсами из российской практики.

Ключевые слова: искусственный интеллект (ИИ), нейросеть, креативные индустрии, креатор, рынок труда.

Инструменты ИИ все активнее входят в нашу жизнь. Только за октябрь 2023 г. в российском медийном поле появились десятки инфоповодов, касающихся использования ИИ при разработке креативного продукта. Обозначим наиболее значительные из них: 1) в Русском музее начала работу выставка «Жилище будущего», на которой представлены 24 крупномасштабные картины, созданные искусственным интеллектом. На цифровых полотнах содержатся изображения различных жилых помещений в будущем: библиотеки, оранжереи, офиса, спортзала и других; 2) в качестве рецензента последнего романа В. Пелевина «Путешествие в Элевсин» выступил виртуальный помощник Алисы в сотрудничестве с генеративной нейросетью YandexGPT 2. Такая рецензия была размещена на сервисе «Кинопоиск», а ее иллюстратором стала Midjourney; 3) и наконец, нейросеть YandexGPT 2 смогла сдать ЕГЭ, набрав балл, необходимый для поступления в вуз. Это первый случай в России, когда нейросеть сдала госэкзамен, выполнив, в том числе, творческое задание. Упомянутые выше примеры свидетельствуют о динамичной трансформации отрасли креативных коммуникаций под воздействием инструментов ИИ.

Активному распространению ИИ в России способствует государство, которое оперативно внедряет инициативы, создающие необходимый базис для его развития. В частности, осенью 2023 г. было анонсировано создание в Минпромторге, Минздраве, Минстрое и Минтрансе экспертных групп по ИИ, которые будут прорабатывать возможности внедрения ИИ-алгоритмов в профильных отраслях. В Совете Федерации рассматривают предложение по запуску региональных специализированных центров для предпринимателей и ученых, где они смогут разрабатывать проекты в области ИИ. При этом правительство дополнительно выделит почти 1,2 млрд. рублей на поддержку этой индустрии, 800 млн. из них будут направлены в качестве грантов малым предприятиям, разработчикам продуктов и сервисов на базе ИИ.

В фокусе внимания органов власти находятся и вопросы подготовки компетентных специалистов в области ИИ. Весной 2023 г. Министерство образования РФ анонсировало реализацию программ бакалавриата по направ-

лениям ИИ уже на 2023/24 учебный год. Известно, что в настоящее время на обучение по ним принято более 5000 человек. К 2030 г. планируется выпустить более 15 тыс. разработчиков, обладающих необходимыми компетенциями в области ИИ. При этом в отдельных российских вузах уже внедрен образовательный модуль «Системы искусственного интеллекта», который можно использовать в профильных программах высшего и дополнительного профессионального образования. Постепенно решается задача и повышения квалификации преподавателей для более качественной реализации новых образовательных программ по ИИ. Пока такую переподготовку прошло более 300 человек, в дальнейшем практику планируется масштабировать на педагогов всех уровней образования – от школ до университетов. Для разработки таких программ обучения привлекают специалистов технологических компаний, которые занимаются вопросами использования ИИ.

Более того, Министерство образования и науки РФ совместно с Альянсом в сфере искусственного интеллекта, вузами и технологическими компаниями составили список компетенций в области ИИ, которыми должен владеть выпускник вуза. Так, модель компетенций содержит описание новых профессий в области ИИ: исследователя, аналитика, архитектора и инженера данных, менеджера ИИ-продуктов. Отдельные из них отчасти соответствуют профилю коммуникаторов, что расширяет список вакансий, на которые они смогут претендовать после переподготовки. Для обучения нейросетей также необходимы специалисты, и прежде всего, гуманитарного профиля: филологи, журналисты, интервьюеры. Более того, нельзя забывать, что ИИ-разработки нужны и в продвижении, поэтому без профессионалов в области маркетинга, рекламы и PR здесь также не обойтись. Представленные тезисы можно проиллюстрировать российским кейсом «Русской Медиагруппы» по созданию в России первой танцевальной радиостанции *Neuro Flow*, созданной нейросетью. После запуска виртуальной радиостанции в холдинге планируют открыть вакансии промпродюсера, промзвукорежиссера для производства большего количества персонифицированного музыкального контента. Соответственно, с одной стороны, рынок труда креаторов расширяется за счет появления новых специальностей, предоставляя таким работникам новые сферы для приложения своих навыков и компетенций.

С другой стороны, возникает закономерный вопрос: если ИИ все активнее заменяет человека в решении задач, не несет ли в себе новая эра ИИ-цифровизации угрозы безработицы, в том числе и в креативных профессиях? Что касается ситуации в мире, то, согласно отчету *Edelman Trust Barometer Special Report Trust at Work* за 2023 г., 46% опрошенных сотрудников обеспокоены тем, что могут потерять работу из-за автоматизации, в том числе вызванной повсеместным внедрением ИИ. В документе также отмечается, что число таких людей постоянно растет: так, только за последний год их количество увеличилось на 4% [5]. В отчете инвестиционного банка *Goldman Sachs*, опубликованном весной 2023 г., на основе анализа рынка труда в США и Европе утверждается, что две трети рабочих мест в ближайшее время могут быть автоматизированы, по крайней мере, в той или иной степени, а это примерно 300 млн. сотрудников, в первую очередь занимающихся офисной и административной поддержкой [4]. Ответ на этот дискуссионный вопрос интересует и специалистов российского общества «Знание», которые в октябре

2023 г. провели онлайн-опрос на тему «Способен ли искусственный интеллект заменить человека?». Четверть респондентов отмечают, что ИИ не может заменить человека ни в какой сфере, почти 64% участников исследования уверены, что ИИ заменит человека, но только в решении рутинных задач. Чуть более 7% настроены пессимистично и заявляют, что ИИ заменит людей повсеместно [3]. Такие же выводы можно сделать на основе результатов исследования ВЦИОМ об отношении россиян к искусственному интеллекту: согласно его данным, 46% опрошенных соотечественников опасаются, что развитие ИИ оставит людей без работы [1].

Тем не менее, существуют профессии, которым искусственный интеллект угрожает в меньшей степени. Следовательно, в них могут мигрировать представители тех специальностей, которые заместит ИИ. К профессиям, которые не подвластны могуществу ИИ, относится, например, учитель. Так, согласно данным исследования социологического агентства «Вебер», проведенного в августе 2023 г., 64% россиян считают, что обучение детей в школах с помощью ИИ невозможно, при этом 20% твердо уверены, что ИИ никогда не сможет заменить учителя. 24% отмечают, что использование инструментов ИИ – один из ключевых навыков современного человека. При этом 50 % обеспокоены тем, что активное использование нейросетей приведет к тому, что дети перестанут развивать свои способности [2].

В заключение отметим, что ИИ в креативных индустриях в силу отсутствия самодостаточности при создании творческого продукта – пока больше помощник, чем конкурент профессионала. Искусственный интеллект – своего рода мультипликатор, позволяющий выполнять определенные задачи более оперативно и качественно. Поэтому в ближайшем будущем профессии представителей креативных индустрий вряд ли исчезнут, они скорее трансформируются, потребовав от соискателя таких вакансий не только развитых компетенций в области логического и критического мышления, но и обновленных навыков взаимодействия с ИИ. Человек и ИИ будут творить в тандеме, дополняя друг друга и создавая креативные продукты нового поколения, которые сделают взаимодействие с аудиторией более интересным, вовлеченным и захватывающим.

Список использованных источников

1. Искусственный интеллект: угроза или светлое будущее? [Электронный ресурс] // ВЦИОМ. 28 декабря 2022. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/iskusstvennyi-intellekt-ugroza-ili-svetloe-budushchee> (дата обращения 16.10.2023).
2. Сможет ли нейросеть заменить учителей: Вебер проанализировал мнения россиян [электронный ресурс] // Primamedia.ru. 6 октября 2022. URL: <https://primamedia.ru/news/1598956/> (дата обращения 30.10.2023).
3. Способен ли искусственный интеллект заменить человека? [Электронный ресурс] // ВКонтакте. 6 октября 2023. URL: https://vk.com/al_im.php?sel=710954756&w=wall-135454514_90041%2F035f48073f5f0083f6 (дата обращения 30.10.2023).
4. Kiderlin S. Goldman Sachs says generative A.I. could impact 300 million jobs – here's which ones [electronic resource] // CNBS. 28 March 2023. URL: <https://www.cnbc.com/2023/03/28/ai-automation-could-impact-300-million-jobs-heres-which-ones.html> (last request: 30.10.2023).

5. 2023 Edelman Trust Barometer Special Report: Trust at Work [electronic resource] // Edelman. URL: <https://www.edelman.com/trust/2023/trust-barometer/special-report-trust-at-work> (last request: 30.10.2023).

AI IN CREATIVE INDUSTRIES: OPPORTUNITIES AND CHALLENGES FOR THE LABOR MARKET

E. Kurganova, A. Sherne

The author focuses on the key opportunities and challenges for the Russian labor market for creators, which are caused by the rapid development of AI tools and their active use to solve problems in the field of communications. Theoretical theses are illustrated by the results of international and domestic research, as well as cases from Russian practice.

Keywords: artificial intelligence (AI), neural network, creative industries, creator, labor market.

Сведения об авторах

КУРГАНОВА Екатерина Борисовна – кандидат филол. наук, доцент кафедры связей с общественностью, рекламы и дизайна, ФГБОУ ВО Воронежский государственный университет, победитель грантовых конкурсов Благотворительного фонда В. Потанина, (г. Воронеж, Россия), kurganova1979@mail.ru

ШЕРНЕ Александра Сергеевна – студент 1 курса магистратуры, программа «Управление развитием организаций», Санкт-Петербургский государственный университет, (г. Санкт-Петербург, Россия), sherne2001@mail.ru

УДК 658

ОСОБЕННОСТИ ЦИФРОВОГО ПРОДВИЖЕНИЯ ПРОДУКТА КОЖГАЛАНТЕРЕЙНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

М. В. Лесниченко-Роговская, И. А. Добромудрова

В настоящее время рынок кожгалантерейных изделий имеет широкий ассортимент предлагаемых товаров на всем постсоветском пространстве, устойчивые объемы производства, четко реагирующие на изменения запросов покупателей. Основными элементами рыночного механизма для многих белорусских предприятий являются предложение, спрос и цена. Особенностью рынка является все большая насыщаемость импортными товарами, покупательская способность населения, специфичность рынка в зависимости от региона республики. В статье авторами на основе проведенного исследования выделены особенности продвижения продукта кожгалантерейной промышленности в Республике Беларусь.

Ключевые слова: маркетинг, цифровое продвижение, омниканальность.

Социальные, технологические и экономические изменения в информационном обществе привели к трансформации потребительского поведения. Покупатель, являющийся частью информационного общества, стал иначе работать с информационным ресурсом: более экономное расходование времени на обработку одного информационного сообщения; предпочтение в пользу новых, цифровых каналов получения информации; приоритет видео- и аудиоформатов с максимально короткой продолжительностью. Эти новации, безусловно, привели к необходимости переориентации в маркетинговом продвижении на иную структуру средств маркетинговых коммуникаций. Цифровизация дала возможность производителям и продавцам использовать новые возможности для создания и донесения единого образа продукта, бренда, производителя, через удобные, востребованные и эффективные каналы коммуникаций.

Анализ работ ученых и специалистов в области продвижения продукта с использованием инструментов маркетинга (Котлер Ф., Армстронг Г., Сондерс Дж., Вонг В. (классические инструменты продвижения продукта); Халилова Л. А., Карасева А. А., Папура А. А., Мармоза А. В. (реклама); Бондаренко М. А. (сенсорные инструменты продвижения продуктов); Плесовских Г. А., Синева Н. Л., Яшкова Е. В., Шипулло М. С., Овечкина Д. А. (инструменты продвижения инновационных продуктов); Короленок Г. А. (особенности инструментов продвижения белорусских товаров) и др., показал наличие четырех тенденций: формирование модели смешанного обучения; переход к онлайн-обучению; создание виртуальной (цифровой) образовательной среды; изменение подхода к управлению образовательными организациями

Элемент «продвижение» представляет собой часть комплекса маркетинга, называемого «маркетинг-микс» и является обязательной составляющей маркетинговой политики организации в полноценном коммуникационном взаимодействии с целевыми аудиториями. Если первоначально в XX веке

продвижение базировалось на следующих стратегиях: «проталкивании», «притягивании» или их комбинации; то в XXI веке информационное общество предъявляет гораздо более высокие требования к товару и, соответственно, к использованию средств и инструментов знакомства с ним, его демонстрации потребителю.

Цифровое продвижение дает возможность организовать коммуникацию с клиентом на постоянной основе, с учетом персональных особенностей сегмента или отдельных покупателей (цифровая коммуникация предполагает обратную связь, раскрывающую важные характеристики потребителя).

Анализ цифрового продвижения кожгалантерейного продукта на белорусском рынке показал, что в республике имеется своя специфика с учетом реалий и возможностей использования трендов цифрового продвижения на белорусском рынке.

Во-первых, среди активно используемых производителями и продавцами направлений, можно выделить следующие: продвижение через сайты компаний, на социальных медиа платформах и в видеохостингах, активизация таргетированной и контекстной рекламы в сети Интернет и цифровизация наружной рекламы; продвижение с использованием специфики фулфилмента для маркетплейсов и др.

Во-вторых, анализ рынка кожгалантерейной продукции показал, что особую активность проявляют следующие действующие предприятия-производители: ООО «Маттиоли» (торговая марка Mattioli), ОАО «Галантэя» (торговая марка Galanteya), семейная компания «Макей» (торговая марка Makey), ООО «Исквар-Оптимум» (торговая марка Igermann). Присутствуют в Беларуси и другие марки и бренды, но вышеперечисленные компании образуют однородный сегмент по нескольким основным признакам: 1) выпускаемый ассортимент, 2) собственное производство, 3) реализуют продукцию самостоятельно через собственные онлайн-магазины на сайтах и через фирменные магазины, через посредников, 4) нет большой разницы в цене по группам выпускаемой продукции в рамках предлагаемого ассортимента. Также следует отметить широкую осведомленность потребительской аудитории о данных брендах не только в Республике Беларусь, но и за ее пределами. Основными инструментами продвижения вышеперечисленных брендов являются: стимулирование продаж в онлайн и офлайн-формате; мерчандайзинг в торговых сетях и цифровой мерчандайзинг; продвижение на сайте и в интернет-магазинах данных брендов; использование цифровых медиа платформ.

Объектом проведенного исследования было белорусское предприятие ОАО «Галантэя». В процессе анализа были выявлены восемь основных конкурентов на рынке Республики Беларусь, пять на рынке РФ и один на зарубежном рынке.

Среди женских сумок из натуральной кожи основными конкурентами ОАО «Галантэя» в Республике Беларусь являются ИП «Маттиоли» (г. Минск), ЧУПП «Витма» (г. Витебск), а также ООО «Versado».

Среди портфелей и мужских сумок из натуральной кожи основными конкурентами ОАО «Галантэя» выступают ООО «Кинг» (г. Бобруйск), ООО «Исквар-Оптимум» (г. Минск), производители из Турции и Италии. Среди портфелей и мужских сумок из искусственных материалов основными конку-

рентами ОАО «Галантэя» являются ООО «Каджия» (г. Минск) и ОАО «ЭКТБ» (г. Минск). Среди дорожного ассортимента основными конкурентами ОАО «Галантэя» выступают ООО «Каджия» (г. Минск), ЧПУП «Сумки для всех» (г. Минск) и китайские производители. Среди рюкзаков ученических основными конкурентами ОАО «Галантэя» являются ЧПУП «Сумки для всех» (г. Минск), ООО «Каджия» (г. Минск), ОАО «ЭКТБ» (г. Минск) и китайские производители.

На рынке Российской Федерации ОАО «Галантэя» на сегодняшний день сталкивается с конкуренцией со стороны местных производителей кожгалантереи. Основными конкурентами ОАО «Галантэя» в России выступают следующие производители: «L-CRAFT» (г. Санкт-Петербург); ЗАО «Медведково» (г. Москва); «Италмода», в том числе «Sabellino» (г. Москва); компания «Grizzly» (г. Москва); ООО «Кожгалантерейное предприятие Бебеля» (г. Санкт-Петербург); ООО «Афина» (г. Санкт-Петербург); ООО «Александр» (г. Санкт-Петербург); ПКТ «Сибирская кожгалантерея» (г. Новосибирск); компания «Savio» (г. Москва); ЗАО «Докофа» (г. Тула).

Важнейшими проблемами современного рынка кожгалантереи являются качество и конкурентоспособность галантерейных товаров. Выход предполагает формирование принципиально новых подходов к исследованию и оценке этих аспектов. Товар становится индикатором силы, экономической безопасности и конкурентоспособности. Насыщение рынка товарами предполагает не только увеличение объема их производства, но и улучшение качества, и расширение ассортимента. Основным рынком сбыта в настоящий момент является рынок Российской Федерации. Также предприятие поставляет продукцию в Казахстан, Латвию, также компания заинтересована в налаживании партнерских отношений и поставок товара в такие страны как Узбекистан, Туркменистан, страны ближнего зарубежья – Польша, Чехия.

Обновление ассортимента – это одно из направлений товарной политики ОАО «Галантэя». Создание актуального ассортимента с высоким качеством позволяет компании быть конкурентоспособной как на внутреннем, так и на внешнем рынке. ОАО «Галантэя» – частное предприятие, поэтому жесткому регулированию в области ценообразования со стороны государства не подвергается, однако, как и любое другое предприятие, имеет определенные ограничения, которые должны соблюдаться при формировании цен на производимую продукцию. Для повышения узнаваемости и совершенствования имиджа, формирования общественного мнения проводится активная работа с покупателями с целью информирования о новых коллекциях, побуждения к покупкам отдельных ассортиментных групп по сезонам. Для этого периодически разрабатывается программа повышения лояльности покупателей, проводятся розыгрыши. Для осведомления о товарах используются стандартные средства массовой информации: телевидение, Интернет, радио, пресса, наружная реклама (наружная реклама - в большей степени в регионах). В ОАО «Галантэя» используется несколько способов продвижения товара на рынок: связи с общественностью; реклама; стимулирование сбыта; персональные продажи.

В качестве связи с общественностью ОАО «Галантэя» использует социальную сеть Instagram*. На странице предприятия публикуются новые коллекции сумок и аксессуаров, так же на данный момент популярны Reels, в роликах можно рассмотреть заинтересовавший товар в динамике. Также на

сайте можно посмотреть годовые отчеты по продажам. В качестве средств рекламирования предприятие использует наружную рекламу, рекламу по радио, внутреннюю рекламу, рекламу в интернете и в печатных изданиях.

Стимулирование сбыта происходит посредством выставок и ярмарок. Так, например, с 16 по 19 марта 2022 года предприятие участвовало в 86-ой международной выставке MosShoes в Москве. Выставка MosShoes предоставляет прекрасную возможность за 4 дня получить максимум информации о текущих обувных и кожгалантерейных трендах в различных ценовых сегментах.

В таблице ниже предоставлены выставки и цели участия, в которых предприятие участвовало ранее по годам.

Таблица 1

Выставочная деятельность предприятия

Название выставки	«MosPel»	«SHOUESSTAR»	«СРМ»	«MosShoes»
Дата проведения	11-14.09.2018	18-19.08.2019	24-27.02.2020	16-19.03.2022
Город	Москва	Иркутск	Москва	Москва
Цель участия	<ul style="list-style-type: none"> • Поиск новых клиентов, расширение рынка сбыта; • Проведение переговоров с действующими и потенциальными клиентами; • Демонстрация продукции; • Изучение спроса на представленный ассортимент; • Изучение продукции конкурентов; • Проведение маркетинговых исследований. 	<ul style="list-style-type: none"> • Поиск новых клиентов, расширение рынка сбыта; • Проведение переговоров с действующими и потенциальными клиентами; • Демонстрация продукции; • Изучение спроса на представленный ассортимент; • Изучение продукции конкурентов 	<ul style="list-style-type: none"> • Поиск новых клиентов, расширение рынка сбыта; • Проведение переговоров с действующими и потенциальными клиентами; • Демонстрация продукции; • Изучение спроса на представленный ассортимент; • Изучение продукции конкурентов • Поддержка имиджа компании. 	<ul style="list-style-type: none"> • Поиск новых клиентов, расширение рынка сбыта; • Проведение переговоров с действующими и потенциальными клиентами; • Демонстрация продукции; • Изучение продукции конкурентов • Изучение спроса на представленный ассортимент;

К персональным продажам можно отнести профессиональную работу консультантов в фирменных магазинах, корпоративный маркетинг, работу отдела маркетинга с оптовыми клиентами. Как правило, метод личных продаж не избыточен (нет напрасной траты времени или сил), поскольку боль-

пшинство людей, которые заходят в магазин, уже рассматриваются как потенциальные покупатели.

В настоящее время производители используют мерчендайзинг как основное средство продвижения своей продукции в розничной сети. Он предусматривает выкладку товара и рекламных материалов на листе продажи. Основным тактическим приемом становится увеличение ассортимента галантерейных товаров. Это объясняется тем, что производители хотят повысить вероятность покупки своих товаров и облегчить работу с оптовыми фирмами, то есть оптовые компании хотят иметь максимально широкий ассортимент, соответственно, чем больше оптовый покупатель найдет товаров на одном предприятии, тем лучше для этого производителя. Предприятие «Галантэя» использует различные каналы размещения рекламы. Большая доля затрат идет на рекламу в интернете и соцсетях (SEO-продвижение, Digital-продвижение, запуск контекстной рекламы, smm-продвижение), также предприятие размещает баннерную рекламу, занимается брендингом фирменных секций в торговых центрах.

В-третьих, следует отметить, что, не смотря на то, что по данным отчета «Цифровые технологии 2022» уровень проникновения Интернета в Беларуси на начало 2022 составлял 85,1 % от общей численности населения, далеко не все население страны активно пользуется возможностями цифровизации, не только для получения просто информации, но и для повышения качества своей жизни, в том числе совершения онлайн-коммуникаций и в том, числе онлайн-покупок. Это дает возможность сделать заключение, что для белорусского рынка кожгалантерейной продукции характерно микширование онлайн- и офлайн- каналов продвижения и товародвижения и реализации.

Таким образом, омниканальность является сегодня оптимальной схемой организации товародвижения и продвижения кожгалантерейной продукции в Беларуси. Связано это с двумя основными факторами: 1) цифровизация разделила всю целевую аудиторию на две основные группы: адептов онлайн-покупок и клиентов, предпочитающих совершать саму покупку непосредственно в офлайн формате; 2) разницей в пользовательском опыте онлайн-покупок потребителей, проживающих в крупных городах и тех, кто живет в небольших населенных пунктах (более активными онлайн-покупателями пока являются жители крупных городов).

Примером применения омниканального подхода в цифровом продвижении исследуемого белорусского бренда может служить предновогодняя акция ОАО «Галантэя», которая проходила 14 декабря 2022 года в социальной сети Instagram, когда производитель в своем аккаунте представил лимитированную новогоднюю коллекцию сумок из натуральной кожи и призвал заинтересованных клиентов, желающих получить такой подарок от Galanteya к празднику, переходить сразу из аккаунта в социальной сети на сайт бренда (это можно сделать прямо в аккаунте благодаря техническим средствам), на страницу того раздела, где презентовалась сумка и заказывать ее через корзину сайта. Анализируя данную схему, мы наглядно видим признаки омниканальности, то есть организации информационных и технических, цифровых мостиков между существующими различными коммуникационными каналами предприятия, позволяющими максимально быстро и успешно закрывать воронку продаж.

Четвертой тенденцией, которая становится все более устойчивой, можно назвать интеграцию маркетинговых коммуникаций в продвижении на рынке кожгалантерейной продукции. Интеграции средств и каналов маркетинговых коммуникаций производителей кожгалантерейной продукции в настоящий момент состоит в выборе примерно однородного набора средств продвижения: реклама (превалирует реклама в Интернете), стимулирование продаж, прямой маркетинг (стандартная рассылка, которая пока не отражает персонализации отношений с потребителем в зависимости от частоты его покупок, среднего чека, выбираемого ассортимента). До сих пор PR-коммуникации мало востребованы вышеуказанными предприятиями в силу специфики портрета целевого потребителя (для основной массы покупателей данных марок социальные инициативы в части защиты природы, охраны окружающей среды и т. д. не является триггером для формирования лояльности).

В заключение хотелось бы обратить внимание, что тенденции, вынесенные в качестве особенностей использования маркетинговых коммуникаций крупными производителями кожгалантерейной продукции в Республике Беларусь, не являются эксклюзивными. Но их сочетание с учетом характеристик, присущих именно белорусскому потребителю, состояния факторов внешней и внутренней среды для данного рынка в республике, делает его по-своему уникальным и специфическим.

*Instagram – запрещенная на территории РФ социальная сеть.

Список использованных источников

1. DIGITAL 2022: BELARUS [electronic resource] // Data Report al. 2022. URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2022-belarus?rq=Belarus> (last request: 08.02.2023).
2. Promotion of Belarusian goods and services to the consumer market // Minsk : RIHE, 2021. – 288 с.
3. Galanteya OJSC [electronic resource] // URL: <https://galanteya.by/> (last request: 08.02.2023).

FEATURES OF DIGITAL PROMOTION OF THE LEATHER GOODS INDUSTRY PRODUCT IN THE REPUBLIC OF BELARUS

M. Lesnichenko-Rogovskay, I. Dobromudrova

At present, the leather goods market has a wide range of products offered throughout the post-Soviet space, stable production volumes that clearly respond to changes in customer requests. The main elements of the market mechanism for many Belarusian enterprises are supply, demand and price. The peculiarity of the market is the increasing saturation of imported goods, the purchasing power of the population, the specificity of the market depending on the region of the republic. In the article, the authors, based on the conducted research, highlighted the features of the promotion of the leather goods industry product in the Republic of Belarus.

Keywords: marketing, digital promotion, omnichannel.

Сведения об авторах

ЛЕСНИЧЕНКО-РОГОВСКАЯ Мария Владимировна – кандидат педагогических наук, доцент кафедры маркетинга, Государственное учреждение образования «Институт бизнеса Белорусского государственного университета», (г. Минск, Беларусь), mari_lesnichenko@mail.ru

ДОБРОМУДРОВА Инна Альбертовна – магистрант, старший преподаватель кафедры маркетинга, Государственное учреждение образования «Институт бизнеса Белорусского государственного университета», (г. Минск, Беларусь), ism.54.72.04@gmail.com

УДК 316

ИНСТИТУТ СЕМЬИ В СОЗНАНИИ И ПОВЕДЕНИИ СТУДЕНЧЕСТВА

А. Е. Мальченкова

В статье рассматриваются факторы, определяющие особенности сознания и поведения студентов в отношении института семьи в условиях современного общества – определение интересов, ценностей и установок, отношение к социальной норме. Статья опирается на традиции ситуационного подхода в социологии, в содержании которого лежит идея о зависимости между действием объективных факторов и субъективными представлениями о них людей.

Ключевые слова: социальный институт, социальная система, социальная структура, личность, социальная роль, социальный статус, потребность, ценность, социальная норма.

Социальный институт – это система социальных норм и целесообразно ориентированных стандартов поведения, сложившаяся для удовлетворения определённой общественной потребности и реализуемая через организованную совокупность социальных ролей, статусов и организаций. Часто допускается расширенное его толкование, смешение юридического, культурологического и социологического подхода к определению его содержания. Таким образом, любая сфера деятельности или общественных отношений, регулируемая с помощью устанавливаемых или традиционных норм, часто определяется как социальный институт.

Общество как социальная система характеризуется социальной структурой, которая является его стабилизирующим фактором. В социологии понятие «социальная структура» чаще всего употребляется как способ связи между элементами социальной системы. Социальная структура общества складывается в результате закрепления устойчивых отношений и взаимодействий, возникающих на основе межличностных взаимосвязей между индивидами. Она обеспечивает относительное постоянство элементов социальной структуры (общностей, социальных институтов, социальных статусов и ролей), что обеспечивает устойчивость общества. Выделяют четыре уровня социальной структуры: межличностный, межпозиционный, межорганизационный, межобщностный. Структура каждого последующего уровня в той или иной степени включает в себя структуру предыдущего. На всех уровнях конечными элементами взаимодействия выступают индивиды [1].

Межпозиционный уровень отражает структуру отношений между различными социальными положениями. Социальная структура на этом уровне рассматривается как система взаимодействий социальных позиций (статусов), занимаемых личностями, и как система социальных функций (ролей), выполняемых ими. Социальная структура на межпозиционном уровне проявляется как система стандартизированных отношений между производящими действия лицами, выполняющими определенные роли относительно друг друга.

В основе институционализации общественной жизни лежит, прежде всего, стремление к упорядочению, формализации и определенной стандартизации

поведения людей. Каждый социальный институт обслуживает одну или несколько потребностей общества, без удовлетворения которых общественная жизнь оказалась бы или невозможной, или в значительной степени дезорганизованной.

Функционирование такой сложной системы, как социальный институт, осуществляется как на основе, принятой в обществе, или конкретной общности системы социальных ценностей культуры, так и на основе специально устанавливаемых для данного вида деятельности норм и организационных принципов. В процессе социализации личности происходит усвоение индивидами всех социокультурных элементов (культурных и институциональных норм) в форме социальных ролей и статусов.

Социальные институты не могут сохранять стабильность в течение долгого времени. Социальные институты в новых условиях уже не могут в полной мере регулировать общественную жизнь на основе сложившихся норм и принципов, статусов и ролей, организационных связей. Происходит нарушение нормативного взаимодействия с социальной средой, в качестве которой выступает общество.

Нарушение нормативного взаимодействия называется дисфункцией социального института. Чаще всего она выражается: в неясности целей деятельности института, неопределенности функций, в падении его социального престижа, нарушении смысла действия отдельных социальных норм, символизации деятельности, которая уже не преследует рациональные цели, а носит чисто ритуальный характер. В связи с тем, что общественная потребность в случае нарушения функций оказывается неудовлетворенной, возникают стихийные, нормативно неурегулированные виды деятельности. Эта деятельность стремится восполнить дисфункцию института, однако делает это за счет нарушения существующих норм и правил или сама устанавливает правила и нормы, в которых фиксируются, прежде всего, интересы субъектов этого вида деятельности. Любая общественная реформа есть приведение функций института в соответствие с общественными потребностями.

Главная задача семьи как социального института, обеспечение воспроизводства членов общества. Семья осуществляет несколько функций: социально-биологическую – удовлетворение сексуальных потребностей и потребностей в детях; воспитание, социализацию детей; экономическую, которая проявляется в организации хозяйственно-бытовой жизни всех членов семьи; регулятивную, которая связана с властью в семье и социокультурным регулированием всей духовной и материальной жизни семьи.

Личность – совокупность социально-значимых черт, формируемых в процессе деятельности и общения. Элементами социального качества являются: социально-определенная цель деятельности; статусы и роли; ожидания в отношении этих ролей и статусов; нормы и ценности, совокупность знаний, уровень образования; активность и самостоятельность. Личность осуществляет свободу выбора из имеющихся возможностей, ставит перед собой цели, мобилизует волю и деятельность. Потребности субъективно проявляются в форме интересов, стремлений, желаний человека. Затем неизбежно следует мотивация, установка и, наконец, действие [2]. Будучи составной частью сознания личности, опыт есть итоговая совокупность фиксированных внешних воздействий, преобразованных через призму потребностей.

В октябре 2022 года, в условиях практики социальной диагностики личности студента, было проведено разведывательное (пилотажное) исследование. Особенность разведывательного исследования заключается в том, что оно решает ограниченные по своему содержанию задачи, охватывает небольшие обследуемые совокупности, основывается на упрощенной программе и сжато по объему инструментарии. Оно служит поставщиком оперативной информации (экспресс-опрос). Цель исследования сводилась к выявлению отношения студентов к институту семьи в условиях современного общества. Была применена гнездовая выборка (серийная). В качестве респондентов были опрошены студенты 2 курса факультета радиотехнологий связи (РТС), 3 курса факультета инфокоммуникационных сетей и систем (ИКСС) СПбГУТ. Особую благодарность выражаю студентам факультета РТС М. И. Козубаеву, М. И. Шестакову, студентам факультета ИКСС Д. Н. Шенхоровой, П. Р. Дроздовой, С. И. Иванову, К. Н. Анучину, О. П. Второву за техническую поддержку в сборе данных исследования.

Исследование предполагало решение ряда задач, связанных с социальной диагностикой: выявление уровня интереса к созданию собственной семьи, определение структуры потребностей студентов в отношении института семьи, выявление социальных установок студентов к созданию семьи, определение наиболее значимого в условиях института семьи, определение допустимого и недопустимого в условиях института семьи, определение уровня самостоятельности в принятии решений и понимания ответственности, выявление ресурсных факторов (экономический, информационный, личностный, биологический).

Исследование показало низкий уровень заинтересованности студентов в создании собственной семьи в ближайшее время (17 %). Основным аргументом в пользу ресурсного фактора студенты указывают на фактор трудоустройства, стабильной работы и наличия собственной жилплощади. Более половины студентов не считают дефицит времени весомой причиной для того, чтобы не вступать в брак (68%). Наряду с карьерным ростом и созданием семьи для большинства студентов приоритетной задачей является личностный рост (61%). Для 64% опрошенных наличие института семьи представляет ценность, 82% указали на отсутствие страха в вопросах ответственности относительно института семьи. Возрастной порог вступления в брак студенты определяют «после 25 лет» и связывают его с профессиональным самоопределением (46%). Для 91% опрошенных договор официального заключения брака является компромиссом, для 9% - продавливанием воли.

Поскольку главной функциональной составляющей института семьи является репродуктивная, респондентам был задан вопрос о том, насколько наличие детей в семье имеет для них значение. Только 50% опрошенных студентов определяют наличие детей как важный аспект в условиях функционирования института семьи. Половина опрошенных студентов рассматривают институт семьи в контексте эмоционального, хозяйственно-бытового, регулятивного взаимодействия, что может говорить о подмене целевого функционального назначения института на условия его функционирования. При этом 55% опрошенных студентов не поддерживают идеологию чайлдфри (childfree), часть студентов не определились (36%) и невысокая доля респондентов детей иметь не хочет (9%). Большинство студентов указали, что демо-

графический кризис страны их не тревожит (73%). Определяют перспективное состояние института семьи как кризисное 55% опрошенных студентов.

Официальное заключение брака считают обязательной процедурой только 18% опрошенных респондентов, 82% студентов считают гражданский брак более удобной формой отношений. При этом 62% опрошенных студентов определяют будущее в пользу гражданского брака.

Большинство студентов отдаёт предпочтение отношениям с ровесниками (72%). Однако, вопреки стереотипам относительно влияния европейской культуры в условиях глобализации, исследование показало, что для 80% опрошенных недопустимо создание семьи с партнёром одного пола.

Исследование показало низкий уровень участия родственников в вопросе личностных установок студентов на создание института семьи. С позиций допустимого для поколений характерен высокий показатель независимости как в интимно-личностных вопросах, так и в вопросах личного выбора относительно института семьи. Так 50% опрошенных указали на нейтральное отношение родственников к возможному личному решению создания семьи во время учёбы, 39% опрошенных указывают на отсутствие взаимодействия с родственниками партнёров.

Пилотажное исследование демонстрирует высокую степень значимости института семьи в сознании студентов, низкий уровень социальных установок к формализации отношений относительно института семьи, что выносит отношения за пределы правового поля и изменяет статусные позиции субъектов взаимодействия. В свою очередь это приводит к диссонансу в социальных ожиданиях и ролевых исполнениях субъектов взаимодействия. Социальная норма, как допустимое и недопустимое в отношении социальных ролей взаимодействующих субъектов, носит вариативный и динамичный характер, что свидетельствует о её неспособности регламентировать социальные отношения.

На основании разведывательного исследования можно предположить, что причина дисфункции института семьи связана с подменой функций социального института семьи с репродуктивной к хозяйственно-бытовой. Между тем, хозяйственно-бытовые условия (совместное проживание, совместное ведение хозяйства) являются скорее условием функционирования института семьи, но не определяющей функцией для него. Гражданский брак лишь форма проявления изменившихся ценностей. Где к наиболее значимым относятся не наличие потомства, а скорее дружеские, коллегиальные, договорные отношения, связанные с общими интересами и потребностями.

Список использованных источников

1. Мальченкова А. Е. Социология: учебное пособие // СПб.: Издательство СПбГУТ, 2012. – С. 31.
2. Здравомыслов А. Г. Интересы, потребности, ценности // М., 1986. – С. 169.

INSTITUTE OF FAMILY IN THE CONSCIOUSNESS AND BEHAVIOR OF STUDENTS

A. Malchenkova

The article examines the factors that determine the characteristics of consciousness and behavior of students in relation to the institution of family in the conditions of modern society – the definition of interests, values and attitudes, attitude towards social norms. The article is based on the traditions of the situational approach in sociology, the content of which is the idea of the dependence between the action of objective factors and people's subjective ideas about them.

Keywords: social institution, social system, social structure, personality, social role, social status, need, value, social norm.

Сведения об авторе

МАЛЬЧЕНКОВА Анна Евгеньевна – кандидат социологических наук, доцент кафедры социально-политических наук, Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича, (г. Санкт-Петербург, Россия), palzu73@gmail.com

УДК 339.138

ПРОБЛЕМЫ ПРОДВИЖЕНИЯ КОРЕЙСКОЙ КОСМЕТИКИ НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ

А. П. Печенкина

В статье проведен анализ бренда рынка корейской косметики. Выявлены особенности данного рынка, проведен анализ покупателей и конкурентов. Также в статье обозначены основные маркетинговые проблемы данного бренда и предложены традиционные и инновационные методы продвижения.

Ключевые слова: корейская косметика, корейский бренд, продвижение корейской косметики, рыночное положение корейской косметики, потребители, конкуренты.

Актуальность темы. Производители корейской косметики все чаще рассматривают российский рынок как одно из перспективных направлений для развития своего бизнеса.

Однако, следует отметить, что в настоящее время имеются проблемы с поставками корейской косметики в Россию из-за ограничений, связанных с СВО. Многие контракты поставщиков корейской косметики были расторгнуты после введения санкций. До февраля 2022 года корейская косметика была популярной в России, и множество брендов из Кореи предлагали свою продукцию на российском рынке. После начала СВО Южная Корея объявила о прекращении поставок в Россию 798 товаров, однако косметика в данный список не попала.

С марта 2022 года о приостановке работы или уходе с российского рынка заявили многие западные производители косметики. Так, прекратили поставки производители Guerlain, Dior, Estee Lauder, Make up for ever и другие. Закрылись магазины NYX и Kiehl's. Также об уходе с рынка объявил производитель Burberry, Gucci, Clinique.

Как считают многие эксперты, на смену данной продукции может прийти Южная Корея, преимущественно со средствами для ухода и масками.

Тем не менее, сложности с поставками все же возникли и у тех компаний, которые не полностью ушли с рынка. Так, возникли перебои с поставками, некоторые товары приходится перевозить через «третью» страну. Все это увеличивает сроки и стабильность поставок. Соответственно, повышаются и цены. Некоторые ушедшие марки просто сохраняют так называемый режим тишины: не вкладываются в маркетинг, PR и рекламу, никак не напоминают о себе, закрыли монобренды и корнеры, но при этом спокойно завозят новинки и бестселлеры в сетевые магазины. Правда, делать это приходится окольными путями, что также сказывается на сроках и ценах.

Корейская косметика обладает высокой эффективностью и натуральностью, так как она направлена на оздоровление кожи, а не на маскировку имеющихся несовершенств. Кроме того, корейская косметика является более востребованной в силу ценовой политики. Корейские продукты, как правило, стоят дешевле, чем западные, что делает их доступными для широкой аудитории. Однако, несмотря на доступность, качество продуктов не страдает, благодаря инновационным технологиям и использованию натуральных ингредиентов.

Еще одним преимуществом корейской косметики является оригинальность и экзотичность используемых компонентов. Таким образом, корейская косметика имеет ряд преимуществ. Однако, при продвижении бренда корейской косметики можно столкнуться с рядом проблем. Но при правильном их решении возможно значительно повысить эффективность продаж.

В настоящее время корейская косметика широко распространена во многих развитых странах, и объем продаж растет с каждым годом. На протяжении четверти века (1964-2000 гг.) Южная Корея занимала первое место в мире по темпам роста своего экспорта, который в среднем увеличивался на 22,4% ежегодно. Крупнейшим внешнеторговым партнером Южной Кореи вот уже много лет являются США, на втором месте находится Япония, за ней следует Китай. Российско-корейская торговля является несбалансированной, она отстает от темпов роста торговых отношений с Китаем и другими странами, однако с 2016 года был отмечен рост товарооборота. Если говорить о косметике, то по данным Корейского агентства содействия внешней торговле и инвестициям (КОТРА), общий объем местного производства увеличился на 11,3%, а экспорт корейской косметики в Россию вырос с 18 млн. долларов в 2012 году до 48 млн. долларов в 2022 году, что составило прирост в 161%, и теперь доля южнокорейской косметики на российском рынке составляет 1 – 2% [2, с. 11].

По результатам проведенного в РФ исследования соответствующего сегмента косметического рынка агентство «Mintel» приходит к выводу о позитивных перспективах его дальнейшего развития; в рамках исследования был проведен социологический опрос, который позволил определить самые популярные в нашей стране корейские косметические бренды (30% рынка – «Tony Moly», 20% - «The Saem», по 15% - «Missha», «Holika Holika» и «It's Skin», 5% - «A'Pieu») [2, с. 5].

Позиции корейских брендов на отечественном рынке обусловлены такими факторами, как креативный подход к позиционированию своей продукции, использование натурального сырья, а также инновационных технологий. Конкурентоспособность на российском рынке корейской косметики, как и широкое распространение продукции в разных розничных сетях, не подлежат сомнению. Для продвижения активно используются рекламные кампании, в ходе которых ставка делается на использование инноваций и природных ингредиентов; кроме того, маркетологи используют продвижение через соцсети и инфлюенсеров.

Анализируемую продукцию покупает, главным образом, молодёжь (16-30 лет); вместе с тем, среди потребителей, относящихся к зрелому возрасту, также отмечается интерес к данной продукции. Кроме того, благодаря демократичной ценовой политике, в число потребителей входят люди с различными доходами. На выбор покупателя оказывает влияние и место проживания; в больших городах спрос на продукцию выше. Заслуживает внимания и высокая интернет-активность большинства потребителей корейской косметики. [5, с. 4]

В настоящее время корейские производители косметики сталкиваются со значительной конкуренцией.

В число основных конкурентов на рынке входят [3, с. 8]:

- 1) мировые косметические бренды;
 - 2) прочие корейские производители;
 - 3) российские бренды;
-

- 4) производители косметики из природного сырья;
- 5) медицинские производители, аптечные сети;
- 6) производители аналогичной продукции, использующие постоянно возникающие и развивающиеся в сфере здоровья и красоты инновационные разработки.

Согласно статистике, в целом не более 6% покупателей косметики пользуются услугами продавцов-экспертов; вместе с тем, их доля возрастает до 90% при покупке продукции корейских производителей, что обусловлено, с одной стороны, уверенностью потребителя в качестве, с другой же – тем, что именно с корейскими брендами российский покупатель недостаточно знаком.

Эксперты по данным брендам большей частью пользуются их продукцией сами и в целом нередко интересуются корейской культурой, что делает весьма ценными их консультации – они способны подобрать именно те средства, которые необходимы данному покупателю. Современная культура Кореи предоставляет многим потребителям своеобразные ролевые модели – внимание аудитории привлекает ухоженная внешность и гладкая кожа популярных корейских исполнителей, поэтому, желая добиться подобного эффекта, потребители выбирают уходовые системы корейского производства. [4, с. 7]

Таким образом, импортёры и дистрибьюторы корейской продукции широко используют такое средство продвижения своих брендов, как интерес к стране происхождения, благодаря которому косметика пользуется успехом, а продажи растут. За счёт высокой эффективности корейской косметической продукции, а также использования в её производстве уникальных инноваций мировые стандарты красоты и здоровья кожи были, фактически, пересмотрены, что оказало существенное влияние на западную косметическую индустрию.

В таблице 1 перечислены методы, используемые для продвижения на рынке корейских косметических брендов.

Для продвижения бренда корейской косметики могут использоваться инновационные методы, такие как социальные сети, контент-маркетинг, Email-маркетинг. Для успешного продвижения необходимо использовать комплексный подход, включающий также SEO-продвижение, Яндекс Директ и другие методы интернет-маркетинга.

Также для продвижения могут использоваться и традиционные методы.

Таким образом, в целом, можно сделать вывод, что для продвижения корейской косметики подходят те же методы, что и для других брендов.

Таблица 1

Методы, используемые для продвижения на рынке корейских косметических брендов (общепринятые и инновационные) [1, с. 21]

Традиционные методы	Новые методы
Размещение рекламы в печатной периодике (газетах, журналах, каталогах), что успешно привлекает внимание ЦА.	Реклама в соцсетях в Интернете; при использовании возможностей таких интернет-площадок, как YouTube, ТикТок и др., привлекаются инфлюенсеры, потребитель подробно знакомится с различными видами продукции, создаётся привлекательный визуальный контент.

Традиционные методы	Новые методы
Размещение рекламных роликов на ТВ, что по-прежнему широко используется (прежде всего, крупными производителями) для обеспечения максимального охвата ЦА.	Использование средств контент-маркетинга, т. е. создание и размещение в Интернете качественного контента (видео-роликов, постов, блогов и т. п.) соответствующей тематики.
Размещение рекламы на радио, что способствует информированию широкой аудитории.	Использование средств инфлюенсер-маркетинга, т. е. прямого сотрудничества брендов с известными бьюти-блогерами.
Участие в тематических мероприятиях (ярмарках, выставках и пр.), за счёт чего можно привлечь аудиторию и ознакомить потребителя со своей продукцией.	Использование продаж через маркетплейсы и интернет-магазины, что позволяет повысить доступность продукции.
Использование сети собственных фирменных магазинов.	Предоставление потребителю сервиса в виде мобильных приложений, позволяющих получить консультацию и выбрать оптимальный товар.

Для успешного продвижения важно понимание целевой аудитории, создание увлекательной истории бренда, использование социальных сетей, предоставление индивидуальных рекомендаций. Также особенностью продвижения данного вида косметики является возможность сотрудничества с бьюти-блогерами и авторитетами.

Отечественный косметический рынок предоставляет производителям из Кореи значительные перспективы, что в первую очередь связано с максимально благоприятным соотношением между ценой и качеством продукции; корейская косметика предлагает более демократичные цены, чем западная, при том, что в ней представлены передовые мировые тренды индустрии красоты. В корейской продукции применяются уникальные ингредиенты, усовершенствованные формулы, оригинальное и привлекательное внешнее оформление.

Сетевые методы продвижения могут помочь корейским брендам косметики достичь мировой аудитории и укрепить свою позицию на рынке. Важно создать согласованную и целенаправленную стратегию продвижения, учитывая особенности и интересы вашей целевой аудитории. В настоящее время через сетевые методы распространяются такие бренды как Missha, Innisfree, The face shop, Nature Republic, Tony Molly и другие.

Таким образом, основными проблемами в продвижении бренда корейской косметики являются: сложности в преодолении стереотипа, что «корейская косметика не подходит европейским женщинам», недоверие потребителей к корейской косметике из-за большого количества подделок, отсутствие информированности о составе продукции и ее преимуществах, а также высокий уровень рыночной конкуренции.

Для эффективного продвижения продукции следует разработать и применить оптимальные стратегии и средства продвижения, которые могут быть

противопоставлены актуальным вызовам рынка. Заинтересованность российского потребителя обеспечивается за счёт рекламных вложений. Также важно тщательно разработать стратегию продвижения, предварительно проанализировав целевую аудиторию и определив подходящие инструменты, а также разработать многообразный контент-план, включая интересный и разнообразный контент.

Список использованных источников

1. Афанасьев М. П. Маркетинг: стратегия и практика фирмы. // М., Финстантинформ, 2018. – 386 с.
2. Вагин, Д. Ю. Маркетинговый анализ рынка корейской косметики в России на примере косметических брендов: "Holika Holika» и "The Saem' / Д. Ю. Вагин, А. А. Кащеева, Г. С. Кальгина // Актуальные вопросы современной экономики. – 2019. – № 4. – С. 933-936.
3. Иванова, А. Н. Проблемы продвижения корейской косметики на российском рынке / А. Н. Иванова // Новая экономика, бизнес и общество : сборник материалов Апрельской научно-практической конференции молодых учёных – Владивосток: Дальневосточный федеральный университет, 2020. – С. 42-48.
4. Матягина Т. В. Тенденции развития рынка косметической продукции // Научно-практический электронный журнал Аллея Науки. – 2020. – № 16. – С. 285–287
5. Носкова Е. В. Особенности продвижения корейской косметики на российском рынке в сегменте B2B // Практический маркетинг. 2020. №9 (283). – С. 12

*Статья представлена научным руководителем
кандидатом философских наук, доцентом
Астафьевой-Румянцевой И. Е.*

PROBLEMS OF PROMOTION OF KOREAN COSMETICS IN THE RUSSIAN MARKET

A. Pechenkina

The article analyzes the brand of the Korean cosmetics market. The features of this market are identified, an analysis of buyers and competitors is carried out. The article also identifies the main marketing problems of this brand and proposes traditional and innovative methods of promotion.

Keywords: korean cosmetics, brand, promotion, market position, consumers, competitors.

Сведения об авторах

АСТАФЬЕВА-РУМЯНЦЕВА Ирина Евгеньевна – **научный руководитель** – кандидат философских наук, доцент кафедры социально-политических наук, Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича, (г. Санкт-Петербург, Россия), rina.astafjewa@ya.ru

ПЕЧЕНКИНА Анастасия Павловна – магистр, направление – реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере, Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича, (г. Санкт-Петербург, Россия), Nastyanastya123332@mail.ru

УДК 159.9

АНАЛИЗ ТРУДОВОЙ МОТИВАЦИИ СТУДЕНТОВ ССУЗОВ В КОНТЕКСТЕ ВОЗМОЖНОЙ ПОЛЬЗЫ ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ HR-БРЕНДОВ ПРЕДПРИЯТИЙ

А. Ю. Порхун

В данной статье представлен сравнительный анализ трудовой мотивации студентов колледжей, обучающихся на рабочие специальности и рабочих крупного машиностроительного производства. По результатам анализа составлены рекомендации по улучшению взаимодействия ССУЗов с производственными предприятиями.

Ключевые слова: трудовая мотивация, машиностроительное производство, среднее профессиональное образование, HR-бренд.

В последние годы бизнес всё острее нуждается в квалифицированных и профессиональных сотрудниках рабочих специальностей [5].

Причинами этому служат такие тенденции российского рынка труда как:

- Перенасыщенность рынка выпускниками вузов с гуманитарными специальностями.
- Развитие отечественной промышленности в связи с курсом на импортозамещение.
- Рекордно низкий уровень безработицы, связанный с демографической ямой и мобилизацией.

Государство, общество и система среднего профессионального образования (СПО) в целом адекватно реагируют на изменения и предпринимают попытки купировать этот дефицит: увеличивается финансирование ССУЗов, растет престиж рабочих профессий, программы СПО совершенствуются, чтобы соответствовать требованиям современного бизнеса [3].

Однако, несмотря на такие позитивные изменения в сфере СПО, многие учебно-производственные цепочки, обеспечивающие эффективное трудоустройство выпускников, были утрачены. К тому же, некоторые исследователи обращают внимание на фрагментарность и недостаточность мер по преобразованию системы СПО [1]. Тема взаимодействия организаций СПО и промышленных предприятий продолжает активно исследоваться и осмысляться, в первую очередь с практической точки зрения [4]. В подобных исследованиях доминирует системный взгляд на проблему, который, при всех своих преимуществах, таких как: учёт глобальных тенденций, разработка стратегических планов по преобразованию системы СПО и подробных «дорожных карт» по реализации этих планов, довольно часто уделяет недостаточно внимания психологическому содержанию как профессионального обучения, так и трудовой деятельности. В качестве примера приведем статью Александра Николаевича Чуксина: в подробнейшем анализе проблем развития системы СПО на примере Тамбовской области психологические моменты получения профессии и начала карьеры упоминаются лишь вскользь [6]. Таким образом, новизна настоящего исследования состоит в освещении проблемы взаимодействия ССУЗов и предприятий с точки зрения организационной психологии, что, как мы надеемся, позволит дополнить тот самый системный взгляд.

Теоретическая значимость исследования заключается в актуализации психологического взгляда на взаимодействие системы СПО и промышленности.

Результаты исследования могут быть использованы для усовершенствования PR-мероприятий, направленных на развитие внешнего HR-бренда машиностроительных предприятий, а также для улучшения процедур профессионального отбора кандидатов.

Цель исследования: разработать рекомендации по улучшению взаимодействия ССУЗов с предприятиями на основе анализа трудовой мотивации.

Методы исследования: опросный метод, частотный анализ.

Методики исследования: тест трудовой мотивации Герчикова.

В исследовании приняли участие студенты Тверского колледжа им. А. Н. Коняева и Тверского Машиностроительного колледжа, обучающиеся по специальностям «Сварочное производство», «Технология машиностроения» и «Техническая эксплуатация и обслуживание электрического и электромеханического оборудования». А так же рабочие Тверского Вагоностроительного Завода. Выборку студентов составили 46 респондентов обоих полов в возрасте от 17 до 22 лет. Выборку рабочих составили 28 респондентов обоих полов в возрасте от 23 до 45 лет.

Теоретическую основу исследования составляет концепция трудовой мотивации, разработанная Владимиром Исаковичем Герчиковым. В рамках этой теории выделяются пять типов мотивации сотрудников:

1. Инструментальный тип. Сам процесс работы не является для такого сотрудника значимой ценностью, она только источник заработка. Работа – это инструмент достижения других целей. Сотрудник с таким типом мотивации будет работать с максимальной отдачей на любой работе, если его труд будет справедливо и высоко (в его понимании) оплачиваться (относится к достижительному классу мотивации).

2. Профессиональный тип. Сотрудник с таким типом мотивации ценит в работе ее содержание, возможность развиваться, повышать профессиональный уровень, самореализовываться, решать сложные задачи. Такие сотрудники оказываются вовлеченными в работу полностью и часто имеют репутацию лучших по профессии в компании (относится к достижительному классу мотивации).

3. Патриотический тип. Для работников этого типа важно чувствовать себя частью коллектива, бренда, принимать участие в реализации общего дела. Им важно чувствовать себя нужными. Важно общественное признание своих достижений. Готовы брать на себя повышенные обязательства и дополнительную работу ради этого. Безусловно, будут вовлеченными в общее дело, так как это для них самое важное в работе (относится к достижительному классу мотивации).

4. Хозяйский тип. Такой работник готов взять на себя полную ответственность за выполняемую работу. Предпочитает действовать самостоятельно. Не приветствует промежуточный контроль. Работник с таким типом мотивации будет выполнять свою работу с максимальной отдачей, не настаивая на ее особой интересности или высокой оплате, не требуя дополнительных указаний. Часто противопоставляет себя коллективу (относится к достижительному классу мотивации).

5. Люмпенизированный тип. Работник этого типа обладает очень слабой мотивацией к эффективной работе. Его основное стремление – минимизировать свои трудовые усилия на уровне, допустимом со стороны непосред-

ственного руководителя. Вовлечь сотрудников с такой мотивацией очень сложно (относится к избегательному классу мотивации). [2].

В структуре трудовой мотивации каждого сотрудника все пять типов имеют разные степени выраженности, однако, как правило, всегда имеется доминирующий тип мотивации, оказывающий наибольшее влияние на отношение сотрудника к деятельности. Понимание структуры трудовой мотивации сотрудников позволяет более точно решать множество задач управления персоналом: подбирать кандидата на должность; стимулировать трудовую деятельность; выстраивать командное взаимодействие.

Для измерения трудовой мотивации использовался тест трудовой мотивации Герчикова [2].

Результаты частотного анализа результатов приведены на рисунках 1 (выборка студентов) и 2 (выборка рабочих).

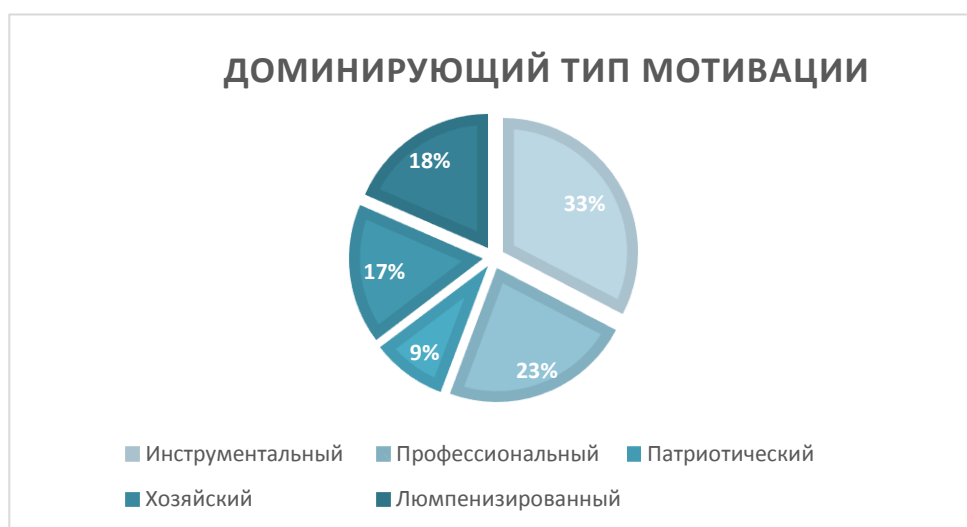


Рис. 1. Доминирующий тип мотивации у студентов.



Рис. 2. Доминирующий тип мотивации у рабочих.

Как мы можем видеть, среди студентов преобладающим типом мотивации является инструментальный. Для рабочих – профессиональный. Также необходимо отметить, что у 18% студентов ведущим типом мотивации является люмпенизированный, что является серьезным барьером в построении карьеры.

Исходя из полученных результатов, можно предложить три основных пути улучшения взаимодействия ССУЗов с предприятиями:

1. Проведение предприятиями на базе ССУЗа просветительских и карьерных мероприятий, направленных на развитие у студентов профессионального типа трудовой мотивации.

2. PR-мероприятия, целевой аудиторией которых являются студенты ССУЗов с инструментальным типом мотивации – таким образом, внешний HR-бренд предприятия должен будет строиться в первую очередь на таких компонентах как: достойная и справедливая оплата труда, система льгот и премий, дополнительные корпоративные бонусы (транспорт, компенсация мобильной связи, ДМС, и т. д.).

3. Системная совместная работа ССУЗов и предприятий со студентами, имеющими избегательный класс мотивации (люмпенизированный), направленная на развитие у них иных, более конструктивных (достижительных) типов мотивации. В качестве основного инструмента подобной работы предлагается наставничество. Основные механизмы и методология ценностного управления персоналом, описанные Э. В. Якимовой и Н. А. Царевой в контексте вовлечения новых сотрудников в организационную культуру [7], на наш взгляд, могут быть применены и в контексте профессионального развития студентов. Таким образом, основными механизмами профессионализации личности студентов будут являться формирование профессиональной идентичности и осмысление трудовой деятельности с точки зрения карьерного и профессионального развития, реализуемые совместно педагогами ССУЗов и сотрудниками предприятий, выступающими в качестве наставников для студентов.

В целом, мы хотим обратить внимание бизнеса на то, что профессиональное развитие студентов, в сложившихся на рынке труда обстоятельствах, является для предприятий уже не только и не столько социальной ответственностью, сколько инструментом кадровой политики. Поскольку даже развитый HR-бренд и высококлассные специалисты подбора персонала не смогут привлечь в компанию сотрудника, соответствующего ее требованиям, если его не существует в природе.

Список использованных источников:

1. Алиханов А. Б. Современное состояние системы среднего профессионального образования в российской федерации // Образование и право. – 2021. – №8. – С. 194-198.
 2. Герчиков В. И. Мотивация, стимулирование и оплата труда персонала // М.: изд-во ГУ-ВШЭ, 2003 – 110 с.
 3. Кузьмин А. В., Трифонов Ю. Н. Механизмы реализации и перспективы государственной политики по развитию среднего профессионального образования в российской федерации // Ученые записки тамбовского отделения Росму. – 2022. – №25. – С. 102-110.
-

4. Листвин А. А., Гарт М. А. Профессионалитет как механизм синхронизации системы среднего профессионального образования и рынка труда // Вестник череповецкого государственного университета. – 2022. – №1 (106). – С. 177-187.

5. Региональная экономика: комментарии ГУ № 22 сентябрь 2023 года.

6. Чуксин А. Н. Центр опережающей профессиональной подготовки как объединяющая платформа для развития образования и бизнеса в регионе // Инсайт. – 2021. – №4 (7). – С. 42-52.

7. Якимова З. В., Царева Н. А. Механизмы развития ценностного управления персоналом // АНИ: экономика и управление. – 2017. – №4 (21). – С. 294-298.

ANALYSIS OF THE LABOR MOTIVATION OF COLLEGE STUDENTS IN THE CONTEXT OF POSSIBLE BENEFITS FOR THE PROMOTION OF HR BRANDS OF ENTERPRISES

A. Porhun

This article presents a comparative analysis of the labor motivation of college students studying for working specialties and workers of large machine-building production. Based on the results of the analysis, recommendations were made to improve the interaction of colleges with manufacturing enterprises.

Keywords: labor motivation, machine-building production, secondary vocational education, HR brand.

Сведения об авторе

ПОРХУН Алексей Юрьевич – магистрант I курса направления «Психология труда и управления. Организационная психология», Тверской государственный университет, специалист по оценке и развитию персонала ОАО «Тверской Вагоностроительный Завод», (г. Тверь, Россия), alexporhun@yandex.ru

УДК 316.77

«VIRTUE SIGNALING» («ПОКАЗНАЯ ДОБРОДЕТЕЛЬ») КАК СТРАТЕГИЯ КОММУНИКАЦИИ: АНАЛИЗ СОВРЕМЕННЫХ ПРАКТИК

А. А. Семёнова

В статье проводится анализ современных практик «показной добродетели» («virtue signaling») в различных контекстах, включая социальные медиа, политическую коммуникацию, социальную ответственность и активизм. Автор акцентирует внимание на осознанности относительно феномена «показной добродетели» и подчеркивает необходимость более искренней и прозрачной коммуникации в современном обществе. Анализ современных практик позволяет лучше понять, как «показная добродетель», являясь определенной стратегией коммуникации, влияет на общество и какие вызовы она представляет для этики и морали в коммуникации.

Ключевые слова: «показная добродетель» («virtue signaling»), стратегия коммуникации, социальные медиа, онлайн-пространство, социальная ответственность.

В последнее время феномен «virtue signaling» («показная добродетель») привлекает внимание исследователей в контексте теории коммуникации с разных точек зрения. Термин используется для описания действий (поведения) в социальных медиа, основная цель которых – получить социальное одобрение. Сложно точно установить автора или источник, который впервые использовал данный термин, так как он быстро стал частью общего оборота в различных интернет-дискуссиях и публичных обсуждениях. Тем не менее, многие связывают его с критикой поведения и высказываний людей в социальных сетях, которые, по их мнению, выглядят как попытка продемонстрировать моральное превосходство и добродетель перед другими.

Описывая феномен «показная добродетель», мы указываем на недостаток искренности в выражении поддержки определенных идей (ценностей), особенно когда это выражение не сопровождается реальными действиями или усилиями для изменения ситуации. Речь может идти, например, о массовых акциях смены фото в профилях социальных сетей во время флешмобов или иных акций спонтанной меморизации.

Следовательно, «показная добродетель» может включать публичное выражение симпатии к определенным социальным, политическим или моральным вопросам, но без реальной активности или поддержки, и зачастую с целью привлечь внимание или утвердиться в глазах других, скорее, чем из-за глубокой убежденности или готовности к действиям.

Феномен «показной добродетели» стал более ярко выраженным и популярным в настоящее время по ряду причин:

- социальные медиа: мы имеем широкий доступ к публичному выражению своих мнений и ценностей, социальные платформы предоставляют площадку, на которой легко выражать и поддерживать определенные взгляды, что может способствовать «показной добродетели» с целью накопления лайков, репостов и положительных комментариев;

- политические и общественные движения: времена политических и социальных изменений и активизма часто сопровождаются яркими выражениями поддержки и протеста, граждане могут использовать «показную добродетель» для выражения своей позиции в рамках активизма и движений;
- интернет и личный бренд: «показная добродетель» может быть частью стратегии создания позитивного образа в онлайн-пространстве;
- обеспокоенность социальными вопросами: социальные и экологические проблемы стали более важными в сознании общества, в реакции на эти проблемы люди могут усиленно выражать поддержку различных благотворительных и общественных инициатив;
- информационная перегрузка: люди могут использовать «показную добродетель» как способ выделиться и привлечь внимание;
- поиск одобрения и признания: люди ищут одобрение и признание со стороны своего социального окружения.

Хотя «показная добродетель» может иметь свои отрицательные стороны, она также может служить средством для привлечения внимания к важным социальным и экологическим вопросам, а также для мотивации к совершению благотворительных действий и поддержке общественных движений.

Изучение феномена «virtue signaling» имеет несколько важных целей и актуально по ряду причин:

- понимание социальных динамик и поведенческих паттернов (изучение позволяет выявить возможную мотивацию и динамику, оказывающие воздействие на поведение людей в сфере социальных медиа, политики, активизма и других областях);
- понимание влияния на общественные движения и политику (исследование «показной добродетели» дает возможность определить, каким образом можно оказывать воздействие на общественные движения, политические решения и общественное мнение, что является важным для анализа политической риторики и формирования общественных кампаний);
- этические вопросы (феномен «показной добродетели» поднимает важные этические вопросы о честности, искренности и морали в обществе).

Представляется также интересным рассмотрение феномена «показной добродетели» в контексте теории коммуникации с разных точек зрения:

- сигнализация ценностей и самопрезентация: в рамках теории коммуникации, «virtue signaling» может рассматриваться как форма самопрезентации (люди используют определенные коммуникативные стратегии, чтобы представить себя в лучшем свете, показывая, что они разделяют некоторые нравственные или социальные ценности, которые считают желательными в данном контексте);
 - аудитория и реакция: особенно в онлайн-коммуникации, «virtue signaling» может быть исследовано с точки зрения аудитории (люди могут выражать определенные взгляды и ценности в ответ на ожидания аудитории или с целью привлечь внимание и поддержку);
 - эффективность коммуникации: изучение «показной добродетели» также позволяет исследовать, насколько эффективна данная коммуникационная стратегия, вопрос заключается в том, насколько подобные высказывания влияют на восприятие и оценку личности, и как они могут влиять на общественное мнение.
-

В целом, изучение «virtue signaling» в контексте теории коммуникации позволяет лучше понять, как сообщения формируются, распространяются и воспринимаются в обществе, а также как они влияют на мнение и восприятие личности. Это важный аспект исследований в области коммуникации и медиа.

Таким образом, «показная добродетель» может проявляться в различных ситуациях и контекстах:

- социальные сети (использование социальных сетей для выражения поддержки определенной социальной проблемы или движения, например, публикуя символические изменения в фотографиях профиля или публикациях, без активного участия в реальных усилиях по решению этой проблемы);
- публичные заявления (политики и общественные деятели могут использовать «показную добродетель» в своих публичных выступлениях, чтобы придать себе облик сторонников определенных ценностей, даже если их действия не согласуются с их словами);
- фирменная реклама (некоторые компании могут использовать образ «показной добродетели» в собственной рекламе, чтобы привлечь клиентов, создавая видимость поддержки социально значимых ценностей, хотя их действия могут быть противоречащими этим ценностям);
- культурные мероприятия (участники фестивалей, выставок и т. п. могут выражать поддержку идей экологической устойчивости или социальной справедливости, но это может ограничиваться лишь участием в мероприятиях, не сопровождаясь реальными действиями в повседневной жизни);
- пожертвования и благотворительность (люди могут сделать крупные пожертвования или присоединиться к благотворительным организациям не только из добрых побуждений, но и с целью получить признание и похвалу за свою щедрость).

Данные примеры показывают, как «показная добродетель» может проявляться в разных сферах жизни, когда люди публично выражают поддержку определенных ценностей или принципов, но не всегда следуют этим принципам в повседневной практике.

Если говорить о прикладных особенностях изучения «показной добродетели», то можно выделить следующие ключевые аспекты:

- развитие критического мышления (понимание феномена «показной добродетели» может помочь людям развивать критическое мышление и аналитические навыки при оценке коммуникативных сообщений с целью избежать манипуляций и более эффективно анализировать информацию);
 - честность и искренность (личное осознание практических последствий «показной добродетели» может способствовать более честной и искренней коммуникации);
 - формирование личной моральной позиции;
 - социальный активизм и политика (для активистов и политиков понимание «показной добродетели» может помочь разрабатывать более аутентичные и эффективные стратегии для продвижения своих идей и ценностей);
 - регулирование медиа и социальных сетей (осознание этого феномена может побудить обсуждение мер по борьбе с дезинформацией, фейковыми новостями и манипуляциями в социальных сетях, что важно для обеспечения качественной информационной среды);
-

В заключении, стоит подчеркнуть, что феномен «показной добродетели» остается актуальным и сложным аспектом современной коммуникации. В целом, «показная добродетель» оставляет нас с множеством вопросов и вызовов, и обсуждение данной проблематики, несомненно, будет продолжаться в будущем.

Исследование «показной добродетели» также поднимает важный вопрос о том, как обеспечить более этичную и моральную коммуникацию в онлайн-средах, где анонимность и удаленность могут способствовать более свободному распространению лживых искаженных образов. Поэтому следует стремиться к более искренней и прозрачной коммуникации, чтобы поддерживать моральные ценности в обществе и в онлайн-сфере.

Полагаем, что исследование «показной добродетели» может способствовать более этичной и эффективной коммуникации, глубокому пониманию моральных и социокультурных аспектов в обществе, развитию критического мышления и формированию более сознательных и ответственных граждан.

Список использованных источников:

1. Коммуникативные практики современной молодежи: перспективы и вызовы // Н.Новгород: Нижегородский госуниверситет им. Н. И. Лобачевского, 2022. – 726 с.
2. Семёнова А. А. Цифровая вселенная: горизонты будущего и новый пользовательский опыт: монография. – М.: Ай Пи Ар Медиа, 2022. – 118 с.
3. Терских М. В. Реализация стратегий коммуникативного воздействия в текстах социальной рекламы / М. В. Терских // Научный диалог. – 2020 – С. 146-157.

«VIRTUE SIGNALING» AS A COMMUNICATION STRATEGY: ANALYSIS OF MODERN PRACTICE

A. Semenova

The article analyzes modern practices of «virtue signaling» in various contexts, including social media, political communication, social responsibility and activism. The author focuses on awareness regarding the phenomenon of «virtue signaling» and emphasizes the need for more sincere and transparent communication in modern society. The analysis of modern practices makes it possible to better understand how «virtue signaling», being a certain communication strategy, affects society and what challenges it poses to ethics and morality in communication.

Keywords: «virtue signaling», communication strategy, social media, online space, social responsibility.

Сведения об авторе

СЕМЁНОВА Анастасия Алексеевна – кандидат социологических наук, доцент, независимый исследователь, (г. Санкт-Петербург), Semyonovaa@mail.ru

УДК: 339.138:659.4

УЛУЧШЕНИЕ ИМИДЖА ПАО «СБЕРБАНК РОССИИ» ПУТЕМ КОРПОРАТИВНОГО РЕБРЕНДИНГА

Л. И. Геращенко, М. С. Смолин

Создание и поддержание благоприятного имиджа является одной из приоритетных целей для любой компании. Одним из инструментов управления брендом является ребрендинг. Данная статья посвящена влиянию ребрендинга на имидж компании, рассматриваются особенности и основные направления ребрендинга Сбербанка, приведены результаты его деятельности после проведенного ребрендинга.

Ключевые слова: корпоративный ребрендинг, имидж компании, цифровая экосистема, ПАО «Сбербанк России».

В условиях перенасыщенности рынков товарами и услугами с близкими характеристиками, что, в частности, в наибольшей степени характерно для банковской сферы, одним из самых эффективных способов обеспечения стабильного спроса на товар является создание бренда. Но на данном этапе развития рынка успешные бренды базируются не только на качестве и надежности. Для поддержания своей конкурентоспособности бренд должен уметь адаптироваться к постоянно меняющимся внешним условиям. Поэтому в этих условиях ребрендингу, одному из самых сильных инструментов управления брендом, уделяется особое внимание.

Согласно одному из определений, корпоративным ребрендингом считается преобразование идентичности компании с целью формирования нового позиционирования с помощью создания и внедрения нового названия бренда, символа, фирменного стиля или дизайна [1]. Часто под корпоративным ребрендингом понимается не только осуществляемое за определенное время изменение внешних характеристик бренда, но и изменение культуры, философии и технологий работы организации [2].

Потребность в ребрендинге появляется тогда, когда возникает опасность резкого уменьшения числа лояльных бренду потребителей, снижение эффективности взаимоотношений с посредниками и клиентами, падение платёжеспособности организации, возникает угроза стратегическим планам организации. Но ребрендинг необходим также в тех случаях, когда необходимо усилить бренд, повысить его уникальность и привлечь новых потребителей.

Ребрендинг помогает эволюционировать имиджу бренда, ведь при получении обновленной оболочки и коммуникаций бренда его имидж становится эмоциональнее, приобретает новые качества, становится более привлекательным для потребителей. На сегодняшний день наиболее распространенной причиной проведения ребрендинга является появление новых технологических возможностей развития.

Стоит отметить, что хотя ребрендинг на настоящий момент явление весьма распространённое и охватило все сферы бизнеса, в банковской сфере он имеет некоторые особенности. Универсализация банков заключается в том, что они предоставляют клиентам одинаковый набор банковских услуг

и продуктов. При этом их количество постоянно и неуклонно увеличивается. Потребителям становится все сложнее разобраться в их многообразии. В этой ситуации способом дифференциации услуг и предпочтения одного банка другому становится бренд и присущий ему имидж.

Но бренд не всегда может принести желаемый результат. А, кроме того, потребительские предпочтения изменяются с течением времени, увеличивается конкуренция, совершенствуются технологии, становятся все более разнообразными предлагаемые товары и услуги, изменяется позиция банка на финансовом рынке. В этом случае изменить предпочтения потребителей, привлечь новых клиентов, повысить конкурентоспособность банка позволит процесс ребрендинга.

ПАО «Сбербанк России» начал трансформировать свою бизнес-модель в экосистему, которая предоставляет различные услуги физическим и юридическим лицам за счет различных партнерств, с 2016 г. Под экосистемой понимается совокупность сервисов и продуктов из различных отраслей экономики, дополняющих друг друга, объединенных вокруг одной организации и располагающихся на одной технологической платформе.

Курс Сбербанка на формирование экосистемы вызвал необходимость отразить происходящие изменения в бренде для формирования правильного восприятия создаваемой цифровой среды у потребителей.

В первую очередь радикально изменился логотип компании. Он стал представлять собой незаконченный круг с градиентом синего, желтого и традиционного для Сбербанка зеленого цвета с одной галочкой внутри и словом «Сбер». У всех компаний экосистемы появилась приставка «Сбер-»: СберБанк, СберЗвук, СберЗдоровье и т. п. Цвета и градиенты различных сегментов суббрендов отличаются друг от друга. Стоит отметить, что на протяжении всей длительной истории банка логотип изменялся так кардинально всего несколько раз.

Также в процессе ребрендинга были обновлены отделения банка, в них появились биометрическая система, электронная очередь, столики для общения с менеджером вместо прежних перегородок, детская комната, кофемашины и многое другое. Новые банкоматы оснащены функцией распознавания лиц и голосовыми командами.

Сбербанк также презентовал линейку инновационных продуктов и услуг: семейство виртуальных, не похожих друг на друга ассистентов «Салют» (Сбер, Афина и Джой), «SberBox» (ТВ-приставка для фильмов, музыки и онлайн игр), «SberPortal» (умный дисплей с сенсором и функцией голосового управления), «SberPay» (платежный сервис), «СберКласс» (платформа для учителей, школьников и родителей), «СберЗвук» (сервис платной музыки), «СберДиск» (облачное хранилище для физ. лиц), «СберПрайм» (подписки на сервисы экосистемы) и другие.

В ходе ребрендинга для расширения небанковских продуктов своей экосистемы Сбербанк покупал другие компании. Так частью экосистемы стали «Delivery Club», «Ситимобил», «Самокат», «Кухня на районе» (все совместно с Mail.ru Group), «Еаптека», «2ГИС», «Союзмультифильм», кинотеатр «Художественный», «Звук», «Muzlab», «Goods.ru», «InSales», издательство «Просвещение» и другие. Также в части предыдущих сделок Сбер выкупил 100 % или довел свою долю до контрольной в компаниях Rambler&Co, «Окко», «Яндекс.Деньги» (ЮMoney), «СберМаркет», «Эвотор». Компания в сфере элек-

тронной коммерции, созданная совместно с «Яндекс. Маркетом», в 2020 году распалась из-за нарастающей конкуренции между экосистемами компаний, при этом последняя по соглашению сторон была выкуплена «Яндексом», а «Яндекс.Деньги» - Сбербанком.

Таким образом, можно выделить следующие сегменты нефинансового бизнеса экосистемы Сбера:

- E-commerce (Логистические сервисы и сервисы электронной коммерции);
- FoodTech&Mobility;
- Health (цифровые сервисы в здравоохранении (телемедицина, дистанционный мониторинг пациентов, вызов врача на дом и др.));
- Развлечения (сервисы видео- и аудиостриминга, а также другие медиа-сервисы);
- B2B-сервисы (нефинансовые сервисы для юридических лиц);
- Прочие нефинансовые услуги (услуги поиска работы, сопровождения сделок с недвижимостью, виртуальный мобильный оператор и иные).

Нефинансовые сервисы Сбера, относясь к быстроразвивающимся индустриям, оказались весьма востребованы в период пандемии 2020 года, которая увеличила цифровую привязанность потребителей. Наиболее популярными были сервисы по доставке продуктов, готовой еды, потребительских товаров, а также различные развлекательные и прочие медиасервисы.

В результате внедренных технологических инноваций ПАО «Сбербанк России» удалось много добиться[3]:

- в экосистеме Сбера на конец 2020 года насчитывалось более 50 компаний;
- 36 технологических объединяющих элементов осуществляли беспшовную интеграцию сервисов;
- аудитория активных частных клиентов составляла более 98,9 млн человек;
- ежемесячная аудитория активных корпоративных клиентов составляла более 2,7 млн человек;
- ежемесячная аудитория нефинансовых сервисов составляла более 60 млн. человек;
- ежемесячных активных пользователей у мобильного приложения СберБанк Онлайн насчитывалось около 65 млн., у мобильного приложения СберБизнес более 1 млн.;
- 16 млн. человек имели единый профиль SberID;
- выручка нефинансового бизнеса Сбера за 2020 год составила 71,4 млрд. рублей.

С начала превращения ПАО «Сбербанк России» в экосистему количество активных клиентов-физических лиц выросло в десятки раз, с 47,4 млн. человек в 2016 году до 106,7 млн. человек в 2022 году. В финансовом секторе банковские услуги помимо самого банка предоставляются сервисом электронных платежей «ЮMoney». И, согласно отчету банка, чистые процентные доходы банка в 2021 году увеличились на 13,4 % (до 1 802 млрд. руб.) по сравнению с 2020 г. Также в сопоставлении с этим периодом выросли и чистые комиссионные доходы на 13,1% (до 616,8 млрд. руб.) [4].

Выручка нефинансового сектора Сбера в 2021 году по сравнению с годом ранее выросла в 2,7 раза и достигла 193,8 млрд. руб. Ключевыми сервисами в этом направлении являются сервисы доставки продуктов «СберМаркет» и «Самокат». По итогам 2021 года выросло в 4 раза количество выполненных

«СберМаркетом» заказов и составило 24 млн. Количество заказов, выполненных сервисом «Самокат» также увеличившись почти в 4 раза до 69,3 млн.

Обратимся к поднаправлению нефинансового сектора Сбера FoodTech&Mobility, которое на тот момент включало такие сервисы как «Delivery Club», «СберФуд», «СберЕаптека», «Ситимобил», «YouDrive» и др. Суммарная выручка в этой области увеличилась в 2,7 раза и составила 1 млрд. руб. Количество подключенных ресторанов к сервису доставки «Delivery Club» выросло на 36 % (до 53 тыс.).

Ключевые показатели поднаправления Развлечения, куда входят такие сервисы как «СберЗвук», «Окко» и другие, также значительно выросли. Суммарная выручка сервисов этого поднаправления выросла почти в 2 раза по сравнению с 2020 годом, составив 14,4 млрд. рублей. Количество зрителей онлайн кинотеатра «Окко» на конец 2021 года составило 5,6 млн. подписчиков, количество слушателей сервиса «СберЗвук» составило 4,5 млн.

Что касается других сервисов экосистемы Сбера, то количество объявлений на платформе покупки, аренды и поиска недвижимости «ДомКлик» выросло на 25 % (до 1,9 млн.), а ежемесячная аудитория в 4 раза (до 11,5 млн. чел.). Выручка сервисов поднаправления Здоровье увеличилась в 1,6 раза и достигла 4 млрд. рублей, сервиса «SberCloud» в 2,8 раза (до 9,1 млрд руб.).

Выручка сервисов B2B по сравнению с 2020 г. также выросла в 1,8 раза и составила 588,5 млрд. рублей.

Согласно отчету ПАО «Сбербанк России» за 2022 год на фоне сильного роста резервов под возможные кредитные убытки чистая прибыль Сбера по сравнению с предыдущим годом упала до 270,5 млрд рублей, то есть на 78,3%, но по другим показателям наблюдался рост[5]:

- число клиентов, использующих единый логин СберID в 2021 году, составило 32,5 млн чел., а в 2022 году – 55 млн.;
- 90 % сервисов переведено на технологический стек собственной разработки;
- финансовый эффект от применения AI превысил 235 млрд. руб.;
- продолжает расширять линейку новых продуктов и инструментов: стал доступен для рынка сервис видеоконференций «Jazz», в начале 2023 года была запущена умная медиаколонка «SberBoom» и др.;
- количество ежемесячных активных пользователей виртуальных ассистентов «Салют» превысило 15,7 млн. человек в СберБанк-Онлайн.

Подводя итог, можно сказать, что завершающим этапом формирования экосистемы Сбербанка стал проведенный им в сентябре 2020 года ребрендинг, который состоял не только в изменении названия и логотипа, и в изменении концепции ведения бизнеса, но и улучшил имидж компании в целом.

Список использованных источников

1. Ландграф, П. А. Корпоративный ребрендинг рыночно-ориентированных компаний: теоретические основы и направления дальнейших исследований // Вестник Санкт-Петербургского университета. Менеджмент. – 2014. – № 2. – С. 45.
2. Глущенко, В. В. Общая теория ребрендинга организаций (ребрендингология) // Kazakhstan Science Journal. – 2020. – Т. 3, № 4(17). – с. 51.
3. Годовой отчет 2020 [электронный ресурс] // Сбербанк. URL: https://www.sberbank.com/common/img/uploaded/files/info/ors/ors_01012021.pdf (дата обращения: 01.11.2023).

4. Сбер опубликовал консолидированную финансовую отчетность за 2021 год в соответствии с МСФО // News. 02 марта 2022. URL: <https://news.myseldon.com/ru/news/index/267976801> (дата обращения: 01.11.2023).

5. Результаты группы Сбер. Сокращенные результаты МСФО 2022 [электронный ресурс] // Сбербанк. URL: https://www.sberbank.com/common/img/uploaded/files/info/2022_ifrs_.pdf (дата обращения: 01.11.2023).

CORPORATE REBRANDING AS A MEANS OF IMPROVING THE IMAGE OF PJSC «SBERBANK OF RUSSIA»

L. Gerashchenko, M. Smolin

Creating and maintaining a favorable image is one of the priority goals for any company. One of the brand management tools is rebranding. This article is devoted to the impact of rebranding on the company's image, the features and main directions of Sberbank rebranding are considered, and presents the results of its activities after the rebranding.

Keywords: corporate rebranding, company image, digital ecosystem, PJSC "Sberbank of Russia"

Сведения об авторах

СМОЛИН Максим Сергеевич – магистрант, группа РСО-31м, Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича, (г. Санкт-Петербург, Россия), Smollett@yandex.ru

ГЕРАЩЕНКО Людмила Ивановна – доктор социологических наук, профессор кафедры социально-политических наук, Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича, (г. Санкт-Петербург, Россия), gerashenko.li@sut.ru

УДК 070

ТРАНСФОРМАЦИЯ СИСТЕМЫ ЖАНРОВ В СОВРЕМЕННОЙ ЖУРНАЛИСТИКЕ

Трофимова С. С.

В статье рассматриваются актуальные вопросы применения категории «жанр» в современной журналистике, проводится дифференциация понятий «формат» и «жанр».

Ключевые слова: жанры журналистики, форматы медийных текстов, дискуссионные вопросы типологии текстов в журналистике.

Проблема многообразия жанров современной журналистики и их существенная трансформация, обусловленная, прежде всего, научно-техническим процессом, сегодня составляет одну из существенных проблем теории и практики медиакоммуникаций. Повсеместно наблюдается смешение терминологии: «формат» и «жанр» используются как взаимозаменяемые дефиниции либо различно трактуются иногда без уточнения и обоснования. В современных СМИ встречается большое количество текстов, которые трудно охарактеризовать с позиции традиционной жанровой типологии. Теоретическое осмысление системы жанров современной журналистики существенно отстает от той типологии текстов, которая используется в профессиональном сообществе: лонгрид, сторителлинг, блог – такой классификации мы не увидим в классическом учебнике.

На фоне этого можно отметить снижение уровня профессионализма современных журналистов. Большинство текстов «вне жанра» сегодня – это не диалог мастеров с установленными канонами, а следствие незнания законов существования журналистского произведения. Установление терминологического аппарата в определении системы жанров современной журналистики, осмысление актуальных процессов жанровой трансформации в сфере медиа и внедрение этих знаний в систему высшего профессионального образования является сегодня необходимым условием развития качественных СМИ.

Для чего нужен жанр? Возможно ли его заменить другим термином, например – «формат»? Жанр – это, прежде всего, содержательно-формальная категория. Взаимосвязь формы и содержания подчеркивал еще М. М. Бахтин [1]. Причем приоритет в определении жанра на стороне смысла: жанр определяется семантически. Например, жанры беседы и интервью почти не имеют формальных различий: в двусоставном тексте одна часть принадлежит одному участнику, другая – второму. Различие «прежде всего в той роли, которая отводится журналисту-интервьюеру и журналисту-собеседнику, что оказывает существенное влияние на содержание самих текстов интервью и беседы» [2, С. 116]. В то же время термин «формат» уже по своей этимологии подчеркивает приоритет формы. «В формате семантическая составляющая может быть редуцирована или искажена, а определённая структура применяется только для того, чтобы приблизить к прагматическому результату» [3, С. 469].

Показательна в этом отношении дискуссия вокруг термина «лонгрид». Ряд исследователей (А. В. Колесниченко [4], Л. В. Ассуирова [5]) рассматри-

вают лонгрид как жанр журналистики. Д. В. Шпилёва характеризует лонгрид как метод подачи информации в СМИ: «Лонгрид для журналиста – способ структурирования и подачи материала с помощью мультимедийных элементов, а не отдельный жанр» [6, С. 104]. М. Н. Булаева указывает, что «в качестве текстовой основы лонгрида могут выступать такие жанры, как репортаж, статья, очерк, обозрение, журналистское расследование и их элементы», – и определяет лонгрид как «формат», резюмируя: «В отличие от жанра, суть которого определяется содержательными характеристиками материала, формат характеризует, прежде всего, структурные особенности медиапродукта» [7, 122]. Еще ряд исследователей именуют лонгрид произвольно жанром или форматом, не обосновывая терминологию.

Проблема подобных неоднозначных толкований в теории и отсутствие осознанной взаимосвязи формы и содержания на практике оборачивается трудностями в овладении тем или иным жанром начинающим автором и – как следствие – снижением качества текстов, аморфной структурой и содержательной бедностью современных журналистских произведений.

В такой ситуации представляется целесообразным придерживаться классической концепции жанра, которая, как известно, утверждает единство тематики, композиции и стиля, историческую обусловленность и изменчивость, а также коммуникативную природу и определяющую роль авторского сознания [1]. В сегодняшней ситуации, когда быстроменяющаяся действительность, конвергенция СМИ, мультимедийность и поликодовость текстов составляют основные тенденции развития журналистики, такая жанровая концепция представляется наиболее актуальной. Приоритет смысла может быть сохранен в качественных СМИ при условии адекватного сочетания жанров и форматов. Одно и то же произведение может быть проанализировано как с позиции его жанровой природы, так и с точки зрения формата.

Возникшее смешение понятий, как видится, является следствием того, что любой более или менее устоявшийся тип текста теории журналистики стремятся осмыслить с точки зрения его жанровой природы. Такой подход представляется ошибочным, поскольку процессы конвергенции затронули не только границы жанров, текстов, типов СМИ, но границы между профессиями. Появление новых профессий, смежных с журналистикой, приводит к тому, что в пространстве Интернета публикуется большое количество текстов, которые не являются журналистскими произведениями и подчиняются иным законам, несмотря на целый ряд формально схожих черт. Речь идет о копирайтинге, который в настоящее время не получил общепринятого толкования в качестве научной дисциплины, хотя уже накоплен достаточно обширный опыт преподавания в высших учебных заведениях. Копирайтеры заимствуют методы, приемы, формы классической журналистики, адаптируя под свои прагматические цели. Законы функционирования таких текстов принципиально иные, поскольку в них имеет место так называемый «коллективный автор»: создатель текста объединяется с заказчиком, иногда в этом процессе участвует контент-менеджер, который в качестве посредника между первым и вторым формулирует техническое задание. Типология подобных текстов с точки зрения жанрового подхода нецелесообразна, поскольку их содержательная сторона – идейная направленность – однотипна. Журналистское произведение имеет дело с социальной информацией, соответственно, его семантическая мно-

гогранность обусловлена самим разнообразием социальной жизни. Кроме того, суть коммуникативного акта, в котором журналист является непосредственным выразителем своего личного мнения или мнения редакции и факт ангажированности воспринимается в негативном ключе, принципиально отлична от того «коллективного авторства», которое является признаком копирайтинга.

Смешение данных явлений обусловлено еще и тем, что журналистика, осваивая Интернет-пространство, примеряет новые форматы, и нередко этот процесс сопряжен со смешением жанров или даже с разрушением жанровой структуры. Отказываясь от категории «жанр» и подменяя его «форматом», журналистика уподобляется функциональным текстам. Этому процессу способствуют законы коммерциализации Интернет-пространства: такие маркетинговые категории, как «пользовательский контент», «генерация трафика», «кликабельность» и «читабельность» прочно вошли в профессиональный словарь редакторов СМИ и журналистов. Процессы коммерциализации заставляют журналистов думать не только о творческом самовыражении и социальной значимости освещаемых явлений, но и о законах генерации трафика, просмотрах страницы, продвижении сайта. Сегодня даже качественная пресса не может рассчитывать на своего постоянного читателя и имеет в виду массовые потребности в информации и популярные поисковые запросы. Когда в процесс формирования замысла журналистского произведения вторгается SEO-аналитика, она как бы заменяет собой ту самую речевую память, благодаря которой существует жанр. Отрывки фраз поисковых запросов – эквиваленты воспоминаний. Такой способ формирования замысла исключает какую-либо жанровую атрибуцию и позволяет говорить только о «формате» текста. Вместе с тем практически любой журналист понимает, что издание не может существовать только за счет «трафикогенерирующих» текстов. В таком случае у сайта не будет «своих» читателей, а будут только случайные, перешедшие по ссылке из поискового запроса, отреагировавшие на заголовок и т. п. В этом отношении имеет смысл говорить о наличии, отсутствии и формах выражения жанрового мышления в конкретном тексте или группе текстов и исходя из этого проводить типологический анализ.

Еще более актуальным представляется жанровый подход к рассмотрению журналистских произведений и отграничение их от функциональных текстов в свете нового опыта речевой деятельности искусственного интеллекта, который способен воспроизводить модели и структуры, но не обладает жанровым мышлением (конечно, если под жанром мы понимаем именно содержательно-формальную категорию, а не структурно-композиционный тип текста).

Жанровое мышление – беспрецедентная прерогатива человека как автора текста, выполняющая сегодня функцию удержания смысла и потому требующая дополнительного исследования. Жанр – это память нации, ее речевое творчество, потому он не может полностью исчезнуть, но может обрести новое бытие в других форматах и может быть осмыслен как традиция. Так, например, несколько лет назад при формировании нового жанра публицистики – колонки, были отмечены процессы возрождения традиций фельетона [8]. Сегодня практически полностью исчезнувший из СМИ очерк потенциально может возродиться через развитие сторителлинга и формирование в его рамках новых жанров. Подобные исследования представляются наиболее перспективными.

Список использованных источников

1. Бахтин М. М. Проблемы речевых жанров // Эстетика словесного творчества. М., 1986. С. 250-296.
2. Тertyчный А. А. Жанры периодической печати // М. : Аспект Пресс, 2017. – 332 с.
3. Онуприенко К. А. Семиотические аспекты новых медиаформатов // Вопросы журналистики, педагогики, языкознания. – 2022. – Т. – 41. – № 3. – С. 463-472.
4. Колесниченко А. В. Длинные тексты (лонгриды) в современной российской прессе // Медиаскоп. – 2015. – №1 // URL: <http://www.mediascope.ru/node/1691> (дата обращения: 31.10.2023).
5. Ассуирова Л. В. Лонгрид: жанр или формат подачи материала в журналистике? / Л. В. Ассуирова, Д. Ю. Петрова // *Nominum*. – 2022. – № 3. – С. 106-117. – EDN ILUIQF.
6. Шпилева Д. В. Лонгрид как актуальный журналистский метод подачи информации / Д. В. Шпилева // *Медиасреда*. – 2019. – № 15. – С. 103-107. – EDN LOCTQR.
7. Булаева М. Н. Мультимедийный лонгрид как новый журналистский формат / М. Н. Булаева // *Журналистский ежегодник*. – 2015. – № 4. – С. 121-123. – DOI 10.17223/23062096/4/29. – EDN VPIOFL.
8. Федоренко С. С. Традиции русского фельетона в современной газете / С. С. Федоренко // Самарская журналистика: история, тенденции, перспективы развития: материалы науч.- практ. конф. Самара, 2010. С. 10-21.

**TRANSFORMATION OF THE SYSTEM OF GENRES
IN MODERN JOURNALISM**

S. Trofimova

The article discusses current issues of applying the category “genre” in modern journalism and differentiates the concepts of “format” and “genre”.

Keywords: genres of journalism, formats of media texts, controversial issues of typology of texts in journalism.

Сведения об авторе

ТРОФИМОВА Светлана Сергеевна – кандидат филологических наук, доцент кафедры медиакоммуникаций и рекламы Института креативных индустрий и гос-теприимства, ЧОУ ВО Санкт-Петербургский университет технологий управления и экономики, (г. Санкт-Петербург, Россия), s.trofivova@spbacu.ru

УДК 659.4

СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА, РИСКА И КОММУНИКАЦИОННОЙ НЕСТАБИЛЬНОСТИ

А. В. Федорова

В статье рассматриваются основные характеристики связей с общественностью в ситуации кризиса, риска и коммуникационной нестабильности. С помощью оптики PR – деятельности анализируются изменения в политическом, социальном, экономическом и технологическом поле. Ускользящая темпоральность и коммуникационные системы, находящиеся в кризисе, оказываются тесно связанными с высокими рисками и неопределенностью.

Ключевые слова: связи с общественностью, кризис, риск, коммуникации, нестабильность.

Связи с общественностью, ставшие одной из важнейших подсистем общества в конце XX – XXI веков, претерпевают существенные изменения. PR оказались наиболее чувствительными к политическим, социальным, технологическим, экономическим и коммуникационным кризисным проявлениям нашего общества [1]. В политическом поле наиболее значимым событием, имеющим глобальный характер, является начало СВО и реконфигурация партнерских взаимоотношений. PR становится политизированным, идеологизированным и ориентированным на пропаганду. Главным субъектом в выстраиваемых коммуникациях является государство и соответствующие властные структуры.

В социальном поле – расслоение населения, нарастающие процессы дифференциации, связанные с уровнем образования, доходов и доступа к информационным ресурсам [2]. PR во многом способствует этому, увеличивая степень информационного неравенства в обществе. При этом активно задействуются «рубильники» (сетевые администраторы), активно отключаящие/подключающие целевые аудитории к тем или иным каналам коммуникаций. В экономическом поле проявили себя инфляционные процессы, снижение доходов населения, увеличение разрыва между регионами и региональными центрами, центрами и периферией. В эти процессы связи с общественностью оказываются включенными благодаря рекламным кампаниям и системе маркетинга. В технологической сфере продолжается отток высококвалифицированных кадров, знаний, инновационных разработок из России, непроработанность каналов импортозамещения, коллапс локаций в инфопространстве. PR усугубляет доминирование сферы программирования по отношению к другим профессиональным сферам. В коммуникационном поле в кризисе оказались все элементы коммуникационной системы. Риторика стала более агрессивной, коммуникации отличаются высоким уровнем конфликтности. В коммуникационном поле произошло перекодирование информационных сообщений. Изменились не только процессы кодирования и декодирования информации, но и сами ключи к используемым кодам. Многие понятия кардинально изменили свое значение [3].

Являясь подсистемой коммуникационной системы, связи с общественностью обладают системными характеристиками и претерпевают внешние и внутренние изменения. Внешние изменения в качестве вызовов исходят от кризисного состояния коммуникационной системы, в границах которой связи с общественностью осуществляют свою деятельность [4]. Их можно отнести к непосредственным изменениям или вызовам. Представлены и опосредованные вызовы, проявляющиеся через кризисные условия, сложившиеся в современном обществе, нестабильность, организационно-управленческие и социальные риски. Если обращать внимание на характер происходящих изменений, то важно остановиться на высоких темпах и ритмах происходящих событий (ускользающая темпоральность). Эти изменения носят универсальный характер. С одной стороны, они относятся к опосредованным вызовам и усиливают кризисные процессы в обществе. С другой стороны – определяют динамику развития коммуникационной системы и проявляются в качестве непосредственных факторов воздействия.

Увеличивающиеся скорости событийного ряда стремятся нивелировать с помощью полихромного режима или более привычного названия - многозадачности [5]. Считается эффективным, когда человек реализует в единицу времени несколько мероприятий, осуществляет параллельно несколько действий. Это приводит по результатам исследований, к снижению производительности, быстрой утомляемости сотрудника организации, невозможности сосредоточиться на оптимальном решении, осуществить эффективный выбор из представленных альтернатив. В качестве последствий принудительной полихромности выступают многочисленные выгорания, психологическое и физическое истощения, разнообразные депрессивные состояния и потеря смысловой составляющей деятельности [6]. Потеря смыслов наиболее сильно деформирует человека и его действия в сфере PR, а также коммуникационные взаимодействия с целевыми аудиториями, поставщиками, инвесторами и другими стейкхолдерами.

В качестве противоположного режима может быть рассмотрен монохромный режим, когда человек осуществляет одно действие в единицу времени. И только после завершения одного действия переходит к реализации следующего. Монохромный режим предполагает минимизацию параллельных действий, которые мы можем наблюдать в рамках основного действия. С одной стороны, параллельность событий создает временные лаги или «карманы времени» и позволяет нам оптимизировать решения поставленных задач. С другой стороны, проявляют себя риски, связанные с забыванием дедлайнов параллельных событий. Трудности мониторинга за параллельными событиями преодолевается с помощью диаграмм Г. Ганта и других современных технологий планирования [7].

Другой особенностью может являться узкий горизонт планирования. Если до 2020 года он составлял 3-5 лет, то в 2023 году период планирования и соответствующий ему горизонт прогнозирования – 6 месяцев, 1 год. Важно отметить, что горизонты планирования и прогнозирования на 1 год отличаются высокой степенью неопределенности и рисков. Следствием сужения перспектив развития тех или иных событий является излишнее сосредоточение в настоящем. Компрессированное переживание событий позволяет отслеживать возможности развития и динамику коммуникационной составляющей [8].

Коммуникационная система обладает системными свойствами: синергичности, эмерджентности, мультипликативности, открытости по отношению к внешним воздействиям и операциональной замкнутостью, целостностью и структурностью. В ситуации кризиса нестабильности на первый план выходят свойства открытости, связанности, нелинейности и непропорциональности оказываемых воздействий и получаемых результатов [9]. Коммуникационная система тесно связана с процессами управления различных уровней и принятием решений. Основными управленческими уровнями являются: уровень личности, межличностный, организационный и межорганизационный, государственный и межгосударственный, а также — глобальный. В кризисной ситуации главное внимание начинает уделяться межгосударственному и глобальному уровням [10].

Коммуникационная система состоит из субъекта коммуникации, который передает информацию объекту коммуникации. Субъект коммуникации отличается активным позиционированием, он наделен властью и обеспечивает иерархию в коммуникациях. Активное позиционирование предполагает наличие целей и стратегий, направленных на их реализацию. Целевой вектор реализуется в процессе выполнения поставленных задач с помощью запланированных шагов. В запланированных мероприятиях раскрываются ценности субъекта коммуникационных воздействий и его миссия. Субъект и объект коммуникационных взаимодействий могут быть индивидуальными или коллективными. В ситуации кризиса преобладают коллективные субъекты (структурные подразделения, профессиональные объединения и проектные команды).

Важно понимать, что в коммуникационной системе присутствует иерархия субъекта коммуникации по отношению к объекту коммуникации. Эти позиции могут изменяться, тогда субъект коммуникации может становиться объектом и обеспечивать адекватную обратную связь, используя различные селекторы для передачи информации [11]. Селекторы присутствуют на обратном контуре коммуникационного взаимодействия. К ним традиционно относят отдельных личностей, структурные подразделения и целые организационно-управленческие системы. В связи с эти селекторы различаются по степени сложности. Селекторы необходимы в связи с тем, что непосредственная коммуникация между субъектом и объектом коммуникационных взаимодействий осуществляется редко. Она требует быстрых коммуникационных каналов взаимодействий и создает напряжение, которое необходимо выдерживать субъекту и объекту в системе коммуникаций. В коммуникационной системе присутствует цель и задачи, принятые решения и прямые коммуникации. В реализации прямых коммуникаций могут участвовать исполнители, помогающие субъекту коммуникации донести информацию до объектов коммуникации и создавать информационный контент. В связи с этим к информации предъявляются следующие требования: она должна быть достоверной, полной, непротиворечивой или согласованной. В ситуации кризиса и нестабильности информация перестает соответствовать этим требованиям [12].

Важно обращать внимание на источники информации, на экспертную базу и знание. Экспертные площадки претерпевают существенные изменения, поскольку они размещены в медийном пространстве. Разнообразие экспертов и экспертных оценок, достоверность и строгость экспертизы, требова-

ния к процессу формирования экспертного знания сопровождаются высокими рисками [13]. Медийное пространство характеризуется снижением степеней социальной ответственности, избыточностью конвергентных отношений, развитием норм и ценностей культуры потребления. Кризисность проявляется в непрерывных процессах, связанных с реконфигурациями акторов медийного пространства, стратегиями, которые они используют, каналов коммуникационных взаимодействий, отсутствии телеологичности и целостности [14].

Под кризисом традиционно понимают события, происходящие в медийном пространстве и в современных коммуникационных системах, последствиями которых могут стать ущерб, потери или открывающиеся возможности. В ситуации кризиса перестают работать прежние стратегии и действия, приводящие к успеху. Неэффективность предпринимаемых действий компенсируется реактивным управлением на основе реагирования на форс-мажорные обстоятельства. Если учесть, что в современной ситуации начали проявляться «редкие события» (события, вероятность наступления которых ничтожно мала), то управление становится сверхсложным в режиме компрессии времени и увеличения количества и степени ошибочно принимаемых решений [15].

Кризис в коммуникационной системе оказывается связанным с внешними и внутренними значимыми условиями, перегруженными в субъекты и объекты коммуникационного процесса, в неэффективности стратегий субъектов, объектов, исполнителей и селекторов коммуникационных взаимодействий, в трансформации их ценностных и целевых оснований. Кризис сопровождается высокими и катастрофическими для коммуникационной системы рисками. Риски выступают в роли эпифеноменов, сопровождающих элементы, этапы и события кризиса.

Под рисками будем понимать совокупность событий, процесс, ситуацию и действия. Риск в качестве действий подробно рассмотрен в социологическом исследовательском поле. Традиционно под риском понимают действия, которые осуществляет субъект социальных взаимодействий, основной целью которых может быть успех, выигрыш или ущерб, потери. В этом определении рисков мы видим, что он отличается амбивалентностью (в нем представлены отрицательные и положительные последствия). Из социологического понимания рисков следует то, что они отличаются телеологичностью. Риск-событие представляет собой совокупность действий человека, направленных на выигрыш, осуществляемых в соответствующих внешних и внутренних обстоятельствах. Это определение в большей степени коррелирует с полем социальной философии. Оно позволяет обратить внимание на эсхатологичность рисков, то есть надежду человека рискующего спастись в последний момент и веру в успех, внезапный выигрыш. Важно понимать, что выигрыш и ущерб многократно превосходят выгоды или потери среды в обычных условиях. Риск, рассматриваемый как процесс по преодолению неопределенности, характеризуется открытостью, нелинейностью, непропорциональностью оказываемых воздействий и получаемых результатов. Риск-ситуация представляет собой системное видение обстоятельств, субъектов и объектов рисков, а также эффективных стратегий по управлению ими. Системное видение обстоятельств предполагает проявление источников, причин, условий и факторов, влияющих на принимаемые решения и осуществляемые действия. Неопределенность выступает базовой характеристикой рисков.

Таким образом, PR в условиях кризиса, риска и коммуникационной нестабильности оказывается связанным с кризисными проявлениями в обществе, в современных коммуникационных системах, с темпоральными характеристиками, неопределенностью и рисками как эпифеноменами. Связи с общественностью становятся ориентированными на короткую перспективу, полихромный режим функционирования в условиях высокой неопределенности и рисков.

Список использованных источников

1. Бурдые П. Социальное пространство поля и практики. Санкт-Петербург: Алетейя, 2007. – 467 с.
2. Бытие. Человек. Культура. Колл. Монография // Саратов: Саратовский источник, 2021. – 227 с.
3. Бауман З., Донскис Л. Моральная слепота: утрата чувствительности в эпоху текучей современности // СПб.: Изд-во Ивана Лимбаха, 2019. – 368 с.
4. Латур Б. Пересборка социального: введение в акторно-сетевую теорию // М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2014. – 384 с.
5. Чиксентмихайи М. Поток: Психология оптимального переживания // М.: Смысл, 2015. – 461 с.
6. Кови С. Третья альтернатива: Решение самых сложных жизненных проблем // М.: Альпина Паблишер, 2017. – 461 с.
7. Федорова А. В. Риск-менеджмент // М: КНОРУС, 2020. – 220 с.
8. Талейб Н. Рискаюя собственной шкурой: Скрытая асимметрия повседневной жизни // М.: КоЛибри, 2018. – 384 с.
9. Ло Дж. После метода: беспорядок и социальная наука // М: Изд-во Института Гайдара, 2015. – 352 с.
10. Хорольцева Е. Б., Федорова А. В. Риски парадигмальных переворотов в исследованиях современных организаций // Вестник поволжского института управления. – 2022. – Т 22. – №2. – С. 83-95.
11. Федорова А.В. Профессиональная этика и психология делового общения // М: КНОРУС, 2023. – 220с.
12. Луман Н. Реальность массмедиа // М: Праксис, 2005. – 256 с.
13. Кастельс Э. Власть коммуникаций // М: Высшая школа экономики, 2016. – 236 с.
14. Кин Дж. Демократия и декаданс медиа // М: Высшая школа экономики, 2015. – 312 с.
15. Федорова А. В. Конфликтология // М: КНОРУС, 2019. – 220 с.

PUBLIC RELATIONS IN CONDITIONS OF CRISIS, RISK AND COMMUNICATION INSTABILITY

A. Fedorova

The article discusses the main characteristics of the relationship with society in a situation of crisis, risk and communication instability. Changes in the political, social, economic and technological fields are analyzed using the optics of PR activities. Elusive temporality and communication systems in crisis are closely associated with high risks and uncertainty.

Keywords: public relations, crisis, risk, communication, instability.

Сведения об авторе

ФЁДОРОВА Анна Валерьевна – кандидат философских наук, доцент, доцент кафедры управления персоналом и рекламы, Санкт-Петербургский технологический институт (ТУ), (г. Санкт-Петербург, Россия), 361955@bk.ru

УДК 008

ИНФОРМАЦИОННАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ В АСПЕКТЕ ИНФОРМАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ

Н. К. Хомич

В данной статье анализируется актуальность формирования информационной культуры студенческой молодежи. Особое внимание уделено описанию модели развития информационной культуры студенческой молодежи. Информационная безопасность рассмотрена как предотвращение несанкционированного доступа к собственным информационным ресурсам и преодоление негативного влияния на развитие личности.

Ключевые слова: информационная культура, информационные риски, информационная безопасность, студенческая молодежь, Интернет-пространство.

Актуальность изучения информационной культуры обусловлена возрастающей ролью информационных и коммуникационных технологий. Под влиянием происходящих в обществе информационных процессов претерпевают изменения все сферы жизнедеятельности: экономика, политика, культура, образование, досуг и многие другие. Следовательно, формирование информационной культуры становится особенно важным для учащихся школ, средних специальных заведений и, особенно, для студентов учреждений высшего образования.

Информационная культура студенческой молодежи представляет собой «часть общей культуры человека, совокупность информационного мировоззрения; владения навыками информационной безопасности; системы знания об информационных ресурсах и платформах информационной коммуникации, компьютерных программах и приложениях; навыков поиска, анализа, трансляции, применения информации для результативной профессиональной и социально-культурной деятельности» [4, с. 79].

Модель развития информационной культуры студенческой молодежи представляет собой концептуальный подход к формированию знаний, умений и навыков, необходимых для эффективной работы с информацией в современном информационном обществе. Эта модель может включать следующие этапы:

1. Осознание важности информационной культуры. Начальный этап предполагает ознакомление студентов с концепцией информационной культуры и ее значением в современном мире. Студенты должны понимать, что умение осознавать свои информационные потребности, умение находить, оценивать и использовать информацию является ключевым навыком настоящего времени.

2. Информационная грамотность. На этом этапе студенты обучаются базовым знаниям об информации и приобретают навыки поиска информации, в том числе в Интернет-пространстве, оценка достоверности источников, а также умение эффективно использовать библиотечные ресурсы.

3. Цифровая грамотность. С развитием цифровых технологий становится важным умение работать с цифровыми инструментами, программами, платформами и различными ресурсами. Это включает в себя навыки работы с текстовыми, графическими, видео-редакторами, электронными таблицами, презентациями и др.

4. Информационная безопасность. Студенты должны владеть базовыми знаниями и навыками безопасности. Это включает в себя предотвращение несанкционированного доступа к собственным информационным ресурсам, могущее привести к использованию информации, а также навыками преодоления информационных рисков, негативно влияющих на развитие личности.

5. Критическое мышление. Студенты должны развивать способность анализа и критической оценки информации. Это включает в себя способность оценивать достоверность источника информации, распознавать фейковую информацию, а также анализировать разные точки зрения и учиться выражать собственное мнение.

6. Создание и обмен информацией. На этом этапе студенты учатся создавать информацию в различных форматах, таких как написание научных статей, создание мультимедийных презентаций, инфографики, графического и видеоконтента. Также важны навыки эффективной коммуникации и обмена информацией с другими.

7. Этические и правовые аспекты. Обучение включает в себя обсуждение этических и правовых вопросов, связанных с использованием информации, включая правила цитирования, защиту авторских прав и конфиденциальность данных, знание законодательной базы своей страны и мирового сообщества.

8. Постоянное обучение и развитие. Развитие информационной культуры является непрерывным процессом, подразумевающим образование в течение всей жизни. Студентам следует осознавать, что мир меняется стремительно, информация устаревает и поэтому необходимо постоянно учиться и совершенствовать свои навыки.

Эта модель помогает студенческой молодежи стать активными участниками информационного общества, способными эффективно работать с информацией в различных аспектах своей жизни: образовательной, будущей профессиональной, досуговой деятельности.

В современном обществе неумолимо возрастают объемы накопленной информации, знаний и данных. Перед любым пользователем встает проблема эффективного поиска и доступа к необходимой информации, что становится возможным только при условии использования современных информационно-коммуникационных технологий хранения и представления информации. Поэтому достижение достаточно высокого уровня знаний, умений и навыков информационного поиска решающим образом влияет на степень вхождения человека в современное информационное общество и в современное пространство культуры.

Мы согласны с исследователем Прокудиным Д. Е., в то, что «молодежная культура стала, вообще, той сферой, на которую компьютерные технологии оказывают наиболее сильное влияние» [2, с. 170].

Владение навыками информационной безопасности, безусловно, подразумевает преодоление информационных рисков. Современная молодежь, по-

гружаясь в глобальное информационное пространство, постоянно находится под влиянием извлекаемой из него информации.

Прокудиным Д. Е. утверждает, что «Современный человек, погружаясь в глобальное информационное пространство, постоянно находится под влиянием извлекаемой из него информации. В самом содержании этой информации, доступ к которой открыт практически для всех желающих, может скрываться опасность и немалая» [2, с. 171].

Состояние студенческой молодежи можно характеризовать хроническим дефицитом времени, умственным и эмоциональным напряжением, что зачастую приводит к желанию искать более быстрые и легкие способы информационного взаимодействия. В такой ситуации Интернет-пространство является наиболее конкурентоспособным. При этом поиск информации зачастую не систематизирован, что ведет к информационным рискам – от использования неактуальной, бесполезной и фейковой информации, до создания установки, о том, что Интернет-пространство является единственно возможным источником информации.

По мнению Ариарского М. А. наряду с «широчайшими возможностями познания», которое содержит в себе информационное пространство, современная молодежь «не владеет методикой её конструктивного использования. Воспринимая лишь отдельные фрагменты лишенной логики разнообразной информации, они формируют обрывочное, лоскутное, клиповое сознание, огромный процент в котором составляет информационный мусор, а в ряде случаев и явная дезинформация. Часами просиживающие в Интернете подростки формируют в себе поверхностное, распыленное мышление, теряют способность эффективно высидеть урок и тем более прослушать полноценную лекцию» [1, с. 44].

Исследователь Роберт И. В. предложила следующее описание информационных рисков, негативно влияющих на студенческую молодежь, вовлечённых в информационную среду:

- ослабление дискурсивного (рассуждающего) типа мышления и преобладание констатирующего типа мышления, проявляющегося в ослаблении способности концентрировать внимание на вычленении существенных признаков отбираемой информации;

- рассредоточенность внимания, возникающая в связи с избыточностью и доступностью любых объемов информации, приводящая к замене непрерывного, сосредоточенного восприятия учебной информации на «распределенное» восприятие, что препятствует цельности восприятия содержательного компонента информации;

- «контентная слепота» пользователя – затруднения осознания индивидуумом целевой, структурно-содержательной, морально-ценностной компоненты информации при ее восприятии и использовании в связи с приоритетом визуального представления информации над содержательным, что снижает уровень понимания обучающимся содержания информации, но «тренирует» и усиливает наглядно образное восприятие информации, представленной на экране в сжатой (информационно ёмкой) форме в виде пиктограмм, схем, диаграмм, графиков, инфограмм и др.;

- «клипово-комиксное» восприятие информации, приводящее не только к поверхностному восприятию обучающимся учебной информации, но и к не-

пониманию содержательной составляющей учебной информации в связи с предпочтением визуализации, моделирования, графических интерпретаций – содержательному описанию рассматриваемого или изучаемого объекта, процесса, сюжета;

– развитие у обучающихся дивергентного стиля мышления в связи с ориентацией обучения на поиск нескольких решений одной проблемы с последующим понижением до алгоритмического стиля мышления (точное следование заранее усвоенным алгоритмам деятельности) [3, с. 869].

По нашему мнению, формирование информационной культуры студенческой молодёжи является надёжной стратегией преодоления описанных выше информационных рисков.

Таким образом, можно констатировать, что для развития информационного мировоззрения, эффективной работы с информацией в современном обществе необходимо формирование информационной культуры студенческой молодёжи. Информационная безопасность является важным компонентом информационной культуры. Информационная безопасность включает в себя предотвращение несанкционированного доступа к собственным информационным ресурсам, могущее привести к использованию информации, а также навыки преодоления негативного влияния на развитие личности.

Список использованных источников

1. Ариарский, М. А. Постигание культуры креативно-информационной цивилизации / М. А. Ариарский // Вестн. СПбГИК. – 2014. – № 19. – С. 40–45.
2. Прокудин, Д. Е. Проблемы формирования информационной культуры / Д. Е. Прокудин // Вестн. С.-Петерб. ун-та. Сер. 6, Философия. Политология. Социология. Психология. Право. Междунар. отношения. – 2007. – № 3. – С. 169–173.
3. Роберт, И. В. Цифровая трансформация образования: ценностные ориентиры, перспективы развития / И. В. Роберт // Россия: тенденции и перспективы развития : ежегодник / Ин-т науч. информ. по обществ. наукам Рос. акад. наук. – М., 2021. – Вып. 16, ч. 1. – С. 868–876.
4. Хомич, Н. К. Информационная культура: сущность, содержание, динамика развития / Н. К. Хомич // Вестн. Белорус. гос. ун-та культуры и искусств. – 2022. – № 3 (45). – С. 75–84.

*Статья представлена научным руководителем,
доктором педагогических наук, доцентом,
Малаховой И. А.*

INFORMATION SECURITY IN THE ASPECT OF INFORMATION CULTURE OF STUDENTS

N. Khomich

This article analyzes the relevance of the formation of information culture among students. Particular attention is paid to describing the model for the development of information culture among students. Information security is considered as preventing unauthorized access to one's own information resources and overcoming the negative impact on personal development.

Keywords: information culture, information risks, information security, students, Internet space.

Сведения об авторах

МАЛАХОВА Ирина Александровна – **научный руководитель** - доктор педагогических наук, доцент, зав. кафедрой психологии и педагогики, УО «Белорусский государственный университет культуры и искусств», (г. Минск, Беларусь), kafedra1982@mail.ru

ХОМИЧ Нина Кондратьевна – магистр психологических наук, УО «Белорусский государственный университет культуры и искусств», (г. Минск, Беларусь), khomich.nina.science@gmail.com

УДК 659. 3

ПЕРСОНАЖ КАК ИДЕНТИФИКАТОР В СИСТЕМЕ БРЕНДА

К. В. Чайка

Исследование посвящено проблеме формирования классификации персонажей брендов. На основе семиотической модели бренда В. Н. Домнина и классификации знаков Ч. Пирса была предложена система, иллюстрирующая способы проявления идентичности бренда и свойств продукта через идентификаторы бренда. Также используются концепции К. Воглера и В. Я. Проппа для определения типа героя маскота на основе его сюжетных функций в контексте истории бренда. Применение демонстрируется с помощью разбора четырёх кейсов. Описанный алгоритм может быть использован при формировании и развитии характеристик, историй маскотов.

Ключевые слова: маскот, система бренда, семиотическая модель, архетип персонажа.

Одним из инструментов для трансляции уникальных характеристик, миссии, ценностей и ключевых сообщений о продукции бренда являются маскоты. При этом стоит понимать, что персонаж неразрывно связан с контекстом истории, в реальности которой он существует. В свою очередь сюжеты, в том числе вымышленные, воспринимаются и запоминаются человеческим сознанием легче, чем фактическая информация [1]. Однако при построении коммуникации с аудиторией посредством персонажа необходимо чётко определять то, каким образом его внешний вид, поведенческие паттерны и функции в сюжете его истории отсылают нас к желаемым для передачи потребителю фактическим и мета сообщениям. Так, нам видится целесообразным сформировать несколько уровневую классификацию маскотов для уточнения их роли в коммуникации брендов. Базируясь на семиотической концепции бренда В. Н. Домнина [2] (рис. 1.) и применив систему типологии знаков Чарльза Пирса, мы можем вывести, какими способами визуальные идентификаторы способны отражать другие составляющие семантического треугольника бренда.

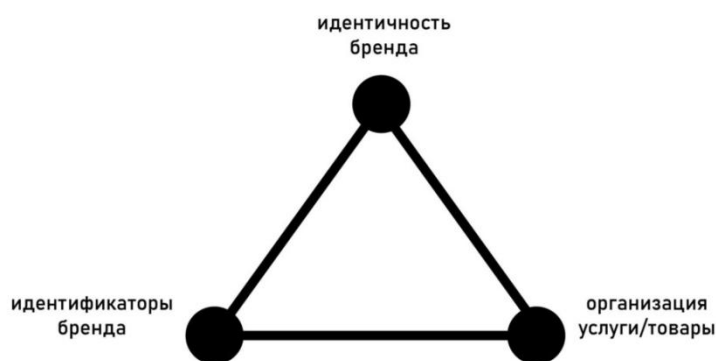


Рис. 1. Структура бренда как семиотического знака В. Н. Домнина

Так, на основе критерия характера отношения между знаком и объектом, в одной из трихотомий Пирсом выделяются иконы, индексы и символы (Icon, Index, Symbol) [3]. Опишем три вида этих знаков и проиллюстрируем примерами историй, сконструированных брендами.

1. Иконические знаки

Знаки-иконы визуально похожи на объект, который обозначают. Ч. Пирс называет этот вид знаков самыми простыми, так как они не имеют потенциала к передаче новой информации и опираются на ассоциации с образами из опыта реципиента.

Иконическую связь мы можем наблюдать, когда образ персонажа повторяет продукт — как, например, Красный, Жёлтый от конфет M&M's, коробка «Хэппи Мил» от компании McDonald's.

2. Индексальные знаки

Между знаками-индексами и объектом лежит причинно-следственная связь. Иными словами, своим присутствием они сигнализируют что-то об объекте, означая его. Знак-индекс способен информировать о проявлениях объекта.

Такую связь с идентичностью, а также непосредственно товарами и услугами имеет большинство интересующих нас идентификаторов — персонажей. Тем или иным образом, своими внешними характеристиками или особенностями поведения персонажи олицетворяют качества бренда, а значит, индексируют о них. Так, например, Мистер Мускул является сильным и быстрым, внешне напоминает супергероя, тем самым он отсылает нас к качествам чистящих средств, которые представляет. Цвет окраса кролика Квики от торговой марки «Nesquik» отсылает нас к цвету шоколадной продукции, а его одежда, открытое, мягкое и весёлое прорисованное выражение мордочки свидетельствует о том, что товары ориентированы на детскую аудиторию.

3. Символические знаки

Знаки-символы являются конвенциональными и способны вмещать в себя наибольшее количество смыслов.

Таким знаком выступает логотип бренда «Nike», символизирующий крыло богини Ники — узнать об этом могут лишь те, кто посвящён в историю компании. Также узнать о том, почему на обуви «Adidas» именно три полосы может только тот, кто интересовался, как создатель нашивал на первые модели обуви для крепкости дополнительные отрезки кожи. Мало кто знает и о том, что логотип итальянского бренда одежды премиум-класса «Off-White» изначально был разработан для аэропорта (рис. 2.)



Рис. 2. Символы брендов как семиотические знаки

Итак, классифицируем персонажей брендов по внешнему признаку и проиллюстрируем их на общеизвестных примерах:

1. Персонажи, максимально приближенные к образу человека, то есть изображённые с соблюдением пропорцией, с учётом незначительного художественного изменения их. В таких персонажах легко узнаются люди, даже если им приписывается взвездное происхождение. Пример: Мистер Пропер от бренда чистящих средств, Рональд Макдональд от Макдональдса, Джек Рассел от настольной игры «Монополия», Полковник Сандерс у закусовых «КФС».

2. Персонажи, не являющиеся представителями человеческой расы, но при этом пропорционально походящие на них. Они являются прямоходящими, имеют по две конечности, два глаза. Иногда имеют аксессуары и элементы одежды. Пример: Мистер Арахис от компании по производству закусок «Planters», яйцо от «Kinder», Джетикс от телеканала «Jetix».

3. Антропоморфные животные персонажи, изображённые в одежде и прямоходящими, подобно людям, но при этом сохраняющие явные внешние звериные характеристики. Пример: Тигр Честер от чипсов, Кролик Duracell, Лис от жвачки «Малабар», Кумамон от японского телевизионного канала NHK, Дино от «Растишки».

Интересно, что персонажи, максимально отдалённые от образа человека, обладающие, например, разным количеством глаз, конечностей и голов, по нашим наблюдениям, не используются в качестве героев бренда. Подавляющее большинство персонажей антропоморфны. Возможно, это связано с тем, что именно человекообразный образ воспринимается как наиболее характерный и многогранный, позволяя персонажу как идентификатору бренда транслировать наибольшее количество индивидуальных черт, а также вызывать больше доверия.

Для классификации маскота на основе функций, выполняемых им в сюжете как репрезентанта бренда, предлагается использовать наработки таких профессионалов в области архетипов персонажей как К. Воглер и В. Я. Пропп [4, 5] (рис. 3.)

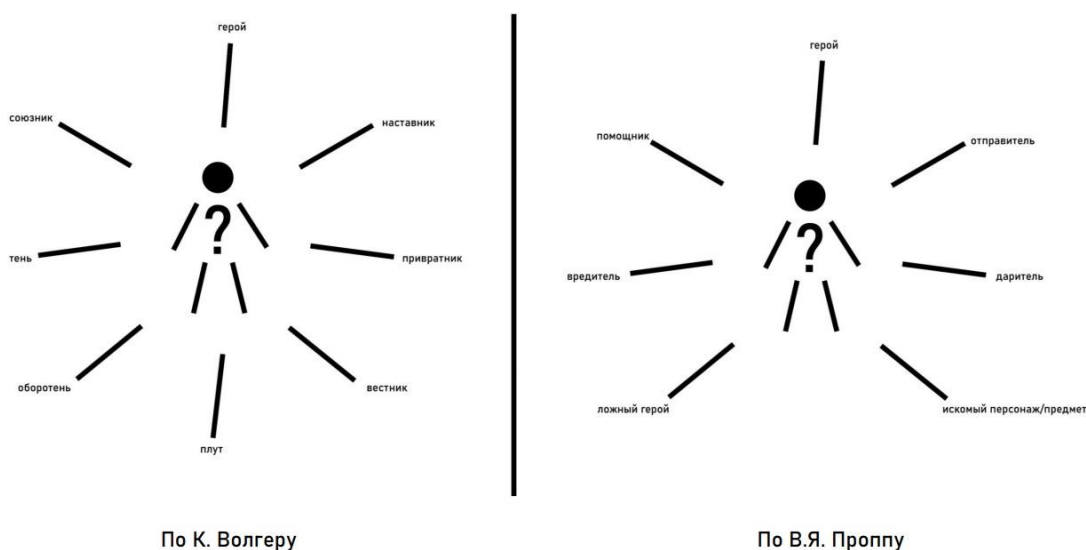


Рис. 3. Архетипы персонажей по К. Воглеру и В. Я. Проппу

Далее перейдём к анализу кейсов использования персонажей современными российскими брендами. Нами были выделены следующие критерии:

- внешний облик персонажа;
- характер и выполняемые функции;
- наличие истории;
- Каналы коммуникации бренда, где можно встретить персонажа.

Ози от «Озон» [6]

В 2022 году интернет-магазин «Озон» представил своего домашнего Ози. Изначально персонаж появился в мультипликационном сериале «Финик», рассказывающем историю о детективе-домовом, спасающем город от опасности. Интегрированный маскот во вселенной мультфильма, позиционировался как домовый-эксперт по товарам из мира людей, знающий всё о безопасных покупках в интернете и рассказывающий об этом в рамках сюжета.

Внешний облик персонажа: Ози представляет собой мохнатое антропоморфное существо с широкой улыбкой и окрасом, совпадающим с фирменными цветами «Озона» (индексальный знак).

Характер и выполняемые функции: Персонаж описывается как весёлый, непоседливый. Ози можно определить как персонажа-помощника, архетипом союзника (отчего его визуализация в облике магического существа-домового кажется весьма гармоничной), так как он проявляет, давая советы и помогая сориентироваться с выбором. Так происходит и в мультипликационном фильме, и по отношению к аудитории бренда «Озон» на платформах коммуникации. Это косвенно указывает на то, что и сам бренд является помощником для своих покупателей, готовым выручить, подсказав необходимый товар, что является лестной характеристикой для интернет-магазина.

Наличие истории: Отдельного описания происхождения и нюансов жизни героя в источниках бренда не излагается, однако, учитывая, что он является домовым происхождение его не вызывает вопросов, подразумевается, что оно магично. Описание приключений, в которых принимает участие персонаж, происходит во вселенной мультфильма, к которой он принадлежит.

Каналы коммуникации бренда, где можно встретить персонажа: На сайте компании герой появляется в разделе детских товаров в рубрике «Кладовая Ози», где советует посетителям товары со своим изображением, рассказывая о их преимуществах. Также в ассортименте присутствуют мягкие игрушки в виде Ози и других персонажей мультфильма «Финик». Кроме того, персонаж присутствует в социальных сетях магазина, компания проводила детский конкурс с призами на лучший портрет Ози. Персонаж появлялся в оригинальном подкасте «ДедМорозное Шоу» на Яндекс-музыке, где они с его другом из вселенной мультфильма «Финик» рассказывали правила упаковки подарков и обсуждали новогодние традиции.

Фудик от «ВкусВилл» [7]

В 2021 году сеть магазинов «ВкусВилл» разместила у себя на сайте историю Фудика, стала использовать его изображение на продукции, предназначенной для детей.

Внешний облик персонажа: Мохнатый, большой антропоморфный персонаж жёлтого цвета с добрым улыбающимся выражением лица. Показательно то, что, по словам работников сети магазинов, его придумал один из маленьких потребителей (отсылает нас к клиентоориентированности бренда).

Характер и выполняемые функции: В описании персонажа указано, что он ворвался в жизнь команды «ВкусВилл» «как наваждение», что характерно для архетипа Вестника, но при этом по описанию путешествия Фудика до Земли, мы можем сделать вывод о том, что он также является героем-искателем (ему хотелось узнать «другую жизнь и другие вкусы», потому что на его планете всё однообразное). По нашему мнению, данный персонаж совмещает в себе оба этих архетипа — он врывается в привычную жизнь бренда, побуждая к новым вкусовым экспериментам (расширению линейки детских товаров), но при этом храбро преодолевает препятствия на своём пути, пока не находит искомое (планету, на которой много съестного разнообразия). Также порой Фудик выступает дарителем — его авторству приписываются все товары сети, на которых он изображён. Такой образ персонажа способствует тому, чтобы ассортимент товаров для детей ассоциировался с новаторством вкусов, озорством. Возможно, Фудику не хватает характеристики надёжности и безопасности, учитывая специфику отрасли детского питания, но, вероятно, на это делается упор с помощью других идентификаторов от лица бренда в целом.

Наличие истории: История жизни персонажа изложена на сайте в текстовом варианте, а также транслируется в раскрасках.

Каналы коммуникации бренда, где можно встретить персонажа: Сайт, упаковки из линейки детских товаров, раскраски.

Туалетный утёнок [8]

Продукция для дезинфекции туалетов этого бренда хорошо известна на рынке — проанализируем их фирменного персонажа.

Внешний облик персонажа: Антропоморфный белый утёнок, статный, но в то же время расслабленный в своей психофизике. Утёнок как визуальный идентификатор является индексным знаком, однако интересно то, что он отсылает к носику бутылки упаковки товара, которая сама по себе также является идентификатором, но в физической плоскости мира. В то же время такой вид персонажа индексирует о уникальной особенности бренда — носик, который «легче попадает под ободок», где, как сообщается в рекламных сообщениях бренда, наибольшее количество извести и микробов.

Характер и выполняемые функции: на основе анализа сайте, который ведётся от лица Утёнка, можем отнести его к архетипам Плуто и Союзника. С одной стороны герой разряжает обстановку, делясь опытом и шутками, а с другой — часто изображается за уборкой туалета, помогая аудитории содержать санузел в чистоте. Позиционирование персонажа совпадает с посылом, транслируемым через другие каналы — тщательная, но при этом быстрая и весёлая уборка.

Наличие истории: на сайте есть рубрика «Дневник Туалетного Утёнка», встречающаяся на стартовой странице и в остальных разделах сайта. Там, Утёнок рассказывает забавные истории из жизни и его приятелей-уток. Описание цельной истории о самом Утёнке отсутствует.

Каналы коммуникации бренда, где можно встретить персонажа: сайт, упаковка, рекламные ролики (просто присутствует, не высказывается, только крикает и демонтирует удобство использования упаковки).

СберКот

Появился в 2017 году и стал активно транслироваться путём стикеров и чат-бота в социальной сети «ВКонтакте», позиционируется как член команды Сбера.

Внешний облик персонажа: антропоморфный серый кот с аксессуарами с логотипом Сбербанка. Интересно, что, на первый взгляд, кот мало соотносим с образом банка, однако, вероятно, именно идея показать простоту и доступность финансовой грамотности для масс лежит в основе конструирования данного образа. Насколько мы можем заметить, сейчас Кот стойко ассоциируется со Сбербанком у пользователей социальных сетей и приложений.

Характер и выполняемые функции: учитывая, что изначально Кот появился в боте, мы можем идентифицировать его как Помощника и Союзника, однако, в его позиционировании также явно прослеживается архетип Наставника. Кот передаёт серьёзность и надёжность одной из крупнейших банковских структур страны, но его визуализация дополняется дружелюбными шутками, подбадриваниями и житейскими советами. Он помогает организации стать ближе к аудитории, побуждая её довериться образу маленького серого кота.

Каналы коммуникации бренда, где можно встретить персонажа: подкасты по финансовой грамотности для детей, стикеры, приложение Сбербанк, чат-бот, своя группа во «ВКонтакте», где публикуются комиксы, иллюстрирующие жизнь СберКота и его подруги Куся, часто содержат советы, рекомендации на актуальные социальные темы (одна из записей «Как сконцентрироваться на работе после каникул»[9]), реклама услуг Сбера.

Суммируя вышесказанное, мы можем заключить, что чаще всего персонажи через указательные свойства знака визуально и сюжетно формируют образ товара или услуги, однако этот процесс необходимо подкреплять существующими свойствами продукции. Также в независимости от того каким знаком является форма визуализации персонажа (иконическим или индексальным), особенности физики, психофизики, мимики героя, его одежда и манера поведения, архетип и роль в истории — всё это является индексальными знаками, косвенно характеризующими товар или услугу, по этой причине каждая деталь может служить способом передачи сообщения аудитории.

Заметим, что персонажи в коммуникации брендов чаще всего фигурируют у товаров потребления — истории с использованием очевидно вымышленных героев актуальны для потребительских товарных категорий в большей степени, нежели для тех, чья продукция связана с демонстрацией статуса или идеологии.

Список использованных источников

1. Макки Р. История на миллион долларов: Мастер-класс для сценаристов, писателей и не только. – Альпина Паблишер, 2011. — 456 с.
2. Домнин В. Н. Идентичность бренда – ключевое понятие бренд менеджмента // Бренд-менеджмент. 2009. № 5. С. 267-270.
3. Пирс Ч. Начала прагматизма / Перевод с английского, предисловие В. В. Кирющенко, М. В. Колопотина // СПб.: Лаборатория метафизических исследований философского факультета СПбГУ; Алетейя, 2000. — 352 с.

4. Воглер К. Путешествие писателя: Мифологические структуры в литературе и кино. – Альпина Паблишер, 2015. — 608 с.
5. Пропп В. Я. Морфология сказки. Исторические корни волшебной сказки / М.: Издательский дом «Колибри», 2021. — 640 с.
6. Ozon обзавелся собственным маскотом [электронный ресурс] // сайт новостного сервиса AdIndex: URL: <https://adindex.ru/news/marketing/2022/03/25/303468.phtml> (дата обращения: 27.10.23)
7. Фудик с планеты Скушляндии: история героя [электронный ресурс] // сайт магазина «ВкусВилл» URL: <https://vkusvill.ru/media/journal/fudik-s-planety-skushlyandii-istoriya-geroya.html> (дата обращения: 27.10.23)
8. Продукция Туалетный Утёнок [электронный ресурс] // Сайт чистящего средства Туалетный Утёнок URL: <https://www.duck.ru/ru-ru/products> (дата обращения: 27.10.23)
9. Как сконцентрироваться на работе после каникул [электронный ресурс] // паблик СберКот во «Вконтакте» URL: https://vk.com/sberkot?w=wall-157369801_1002355 (дата обращения: 27.10.23)

CHARACTER AS AN IDENTIFIER IN THE BRAND SYSTEM

К. Chaika

The study is devoted to the problem of forming a classification of brand characters. The semiotic model of the brand V.N. Domnin and C. Pierce's classification of signs to create a system that demonstrates how brand identity and product properties are manifested through brand identifiers. To determine the type of mascot hero, the concepts of K. Vogler and V. Propp are used. The application is demonstrated through the analysis of four cases. The described algorithm can be used in the formation and development of characteristics and stories of mascots.

Keywords: mascot, brand system, semiotic model, character archetype

Сведения об авторе

ЧАЙКА Карина Владимировна — магистрант, Санкт-Петербургский государственный университет, (г. Санкт-Петербург, Россия), care_in_a@mail.ru

УДК 316.77, 316.773, 316.775, 659.1

ФОРМИРОВАНИЕ СОЦИАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ БРЕНДА НА ПРИМЕРЕ СОКОВ И «RICH» И «ДОБРЫЙ»

Е. В. Шершуква

В статье рассмотрены основные составляющие коммуникации как способа общения, так и связующего звена друг с другом на определённой основе. Акцентируется внимание на потребностях для социума, которые можно использовать как отправные точки в формировании социальной коммуникации конкретного товара. Проанализирован путь становления брендов соков «RICH» и «Добрый» на основе различных социальных установок.

Ключевые слова: коммуникация, социальная коммуникация, коммуникационный процесс, модель коммуникации, коммуникационная стратегия, бренд.

Коммуникация существовала задолго рекламного процесса, поскольку изначально сам человек создавал потребность в ней по мере своего развития. Обращаясь к учению физиолога И. П. Павлова, мы видим, что первая сигнальная система представляла собой комплекс впечатлений, ощущений, представлений, но именно «слово создало сигнальную систему действительности, будучи сигналом первых сигналов» [4, с. 278]. Что, в свою очередь, позволило состояться новой, человеческой, ступени развития. Следовательно, способность говорить и при этом быть коммуникационным партнером возможна только на основе мыслительного процесса. Таким образом, отметим, что история цивилизации - это история социальной коммуникации [4, с. 279].

Первоначально, рассмотрим несколько определений коммуникаций с точки зрения социальных процессов.

Если дословно переводить «коммуникация» с лат. *communication*, то оно представляет собой способ сообщения, передачи чего-либо, а также подчеркнём, что данное понятие можно считать необходимым элементом взаимодействия людей, групп, народностей, государств, в ходе которого происходит передача информации, чувств, оценок, значений, смыслов, ценностей и т. д.

Обобщая вышесказанное, можно смело утверждать, что без коммуникации невозможно конституировать социальные общности, социальные системы, институты, организации и т. д., невозможно существование социальности, социума как такового. Коммуникация пронизывает все стороны жизни общества, социальных групп и отдельных индивидов [4, с. 280].

Исследуя как отечественную литературу, так и зарубежную, мы видим, что существует достаточно большое количество определений и трактовок исследуемого понятия. Большинство учёных, сходятся во мнении и обозначают «коммуникацию» феноменом, который находится в фокусе изучения процессов фундаментальных и социальных наук, объединяя данные процессы по средствам сообщения.

Большинство энциклопедий трактуют коммуникацию как передачу информации при помощи языка от человека к человеку. Мы поддерживаем данное заключение, так как находим этому подтверждения в работах

И. В. Алёшиной «Паблик рилейшнз для менеджеров» [1, с. 9], где также на данный аспект делается упор в рассмотрении коммуникации как целостного процесса.

Можем добавить, что в данном процессе передача информации от одного субъекта к другому будет осуществляться при помощи общих и хорошо понятных символов. Под субъектами будут интерпретироваться как отдельные личности, так группы или целые организации. При таком рассмотрении процесса, управленческие структуры могут быть в роли источников, получателей, посредников и даже контролёров управленческой информации.

С. В. Коновченко представляет коммуникацию как то, что позволяет людям связываться друг с другом на основе общих интересов, обмениваться мыслями, идеями. Она утверждает, что исследуемый процесс устанавливает специфические формы взаимодействия между собой в познавательной и трудовой деятельности, при совместном проживании [5, с.71].

Таким образом, коммуникация по своей сути может являться важнейшим механизмом становления индивида как непосредственно социальной личности и, в тоже время, быть проводником установок всего социума. По мере того, как люди развивались интеллектуально и того, с какой скоростью расширялась сфера их познаний и необходимость взаимодействия с себе подобными, острее проявлялась потребность обмена информацией внутри группы.

По мнению Л. Н. Федотовой, коммуникация это сложный, символичный, личностный, транзакционный процесс, в котором каждая из сторон в режиме реального времени играет роль, как источника, так и получателя. Автор отмечает, что коммуникация позволяет участникам выразить внешнюю по отношению к самим себе информацию, эмоциональное состояние, а также статусные роли, в которых они пребывают друг относительно друга [4, с.281].

Для нашего понимания ближе трактовка К. В. Антипова в учебнике «Основы рекламы», где автор заключает мысль о том, что только коммуникация в виде четкой стратегии от производителя к потребителю формирует отношение к торговой марке или бренду [2, с. 187].

Если мы обратимся к американскому социологу Ч. Кули, который коммуникацию видит как механизм, при помощи которого осуществляются и развиваются человеческие взаимоотношения, символы, заключенные в разуме, а также средства для передачи их в пространстве и сохранения во времени [4, с.281].

Сформулируем вывод - понимание коммуникации с разных сторон всё равно приводит к единой мысли о том, что само по себе общение так или иначе состоит из определенных характеристик, которые и легли в основу социальной коммуникации в частности.

Социальная коммуникация может быть условно смысловым воссозданием общества, а языковая часть социальной системы позволяет обеспечить при помощи неё целостность всего общества. Таким образом, рассматриваемая связь, во-первых, будет социальна, а во-вторых, устанавливается путём коммуникации.

Для того чтобы оценить значение коммуникации для социума и индивида необходимо привести исследования в области социальной коммуникации Г. Г. Почепцова, который приводит в качестве примера так называемую «театральную модель коммуникации», представляющую собой потребностно-

информационную концепцию, состоящую из поступков людей, диктуемую их потребностями, в том числе - потребностями в определенного рода информации [7, с. 45]. Все сказанное и определяет личность человека, а трансформация его потребностей будет происходить от информации, воспринимаемой по разным каналам коммуникации, как из современной действительности, так и из прошедших столетий.

Таким образом, воспринимая и оценивая новую информацию, человек или целевая аудитория, будет окрашена определенной положительной эмоцией (при удовлетворении конкретной потребности), или отрицательной (из-за невозможности ее удовлетворить).

На базе своей теории Г. Г. Почепцов выделил следующие потребности:

- витальные (жизненно-необходимые для себя и для продолжения рода);
- социальные;
- идеальные (познавательные);
- идеологические (в смысле исповедуемых ценностей);
- этнические [7, с. 45].

Следовательно, все названные виды потребностей можно использовать как отправные точки в формировании социальной коммуникации конкретного товара или бренда. А коммуникационная деятельность будет плавно перетекать в бизнес-процессы любой коммерческой компании, где берет на себя уже конкретные задачи товаров и услуг, ориентируясь при этом на конкретную целевую аудиторию.

При выводе на рынок нового товара, если компания хочет не только занять определённые позиции, но и остаться в памяти потребителя - с ними необходимо ориентировано работать.

Традиционная маркетинговая модель «большого взрыва» все еще работает для некоторых товаров. Однако для того, чтобы бренд «пошел», чтобы он начал оказывать заметное влияние на культуру, как отмечает А. Випперфурт в своей книге «Вовлечение в бренд. Как заставить покупателя работать на компанию», где особенно делается упор на сотрудничестве с потребителями, необходимо ориентироваться на потребности покупателя. [3, с. 4].

Данная модель создана совершенно разными зарубежными брендами - миникомпьютерами Palm, ботинками Dr. Martens, экспериментальным лекарственным препаратом «Виагра», который изначально создавался для лечения ангины. Все они символизируют самую простую идею из серии «больше, чем жизнь», которая будет распространяться и развиваться. Названные бренды взяли за основу использования рыночные факторы для создания собственной жизни и смысла. Так, компания Starbucks не просто предложила Америке новую сеть кофеен, а непосредственно привила американцам нехитрое убеждение, что никто не должен просто пить.

Похожее обстоит дело и с российскими брендами. Рассмотрим на примере соков «RICH» и «Добрый» их становление в глазах потребителей.

История успеха компании «Мултон» начинается свои истоки на российской рынке в 1995 году, выпустив первую партию сока Niso в Санкт-Петербурге. А через несколько лет, в 1998 году в подмосковном городе Щёлково была выпущена первая пробная партия яблочного сока, носившее название «Добрый». Отметим, что запуск новой линейки соков под маркой «RICH», начнётся

только через пять лет, в 2002 г., когда компания по праву лидировала на рынке соковой индустрии.

Из истории компании «Мултон» известно, что в указанном выше году, она находилась на пике роста, и грамотно продуманные маркетинговые коммуникации принесли определённые результаты. Флагманская марка соков «Добрый» занимала на 2002 год более 30% в данном сегменте. Это обусловлено было тем, что стратегия «Доброго» складывалась в первую очередь на основе социальной коммуникации «цена-качество», т. е. доступная цена была подкреплена удачным названием и дизайном.

Но компания не стала останавливаться на достигнутом и провела ряд исследований в области марочных продуктов линейки соков. Был сделан вывод о том, что на тот момент времени, потребителям с высоким доходом или стремящимся к достижению указанного уровня до сих пор не было ничего предложено в данном сегменте.

Следовательно, руководство компании пришло к выводу о том, что необходимо разработать новую коммуникационную стратегию для получения данного потребителя на примере нового бренда. Однако в этом случае бренд должен быть построен на эмоциональной привлекательности, где социальная коммуникация будет основана на ориентированности искушенных потребителей, которые, в свою очередь, стремятся удовлетворять свои потребности и выбирать только лучшее для себя.

Таким образом сформировалась стратегия создания сильной марки, а в последствии бренда, в сегменте «премиум» класса, которая могла бы противостоять и российским, и зарубежным брендам.

Задача стояла не из простых, поскольку премиальный сегмент обладает исключительной привлекательностью с определёнными составляющими, такими как: высокая интенсивность потребления (потребление сока входит в ежедневный рацион), низкая восприимчивость к ценовой политике (готовность доплачивать за эмоциональные характеристики, состав и качество сырья), имиджевые характеристики товара и наибольшая лояльность потребителя к выбранной марке.

Резюмируя все вышесказанное, можно прийти к выводу, что сок «RICH» просчитал все возможные коммуникационные составляющие с целевой аудиторией, которая предстала в виде молодых людей, в возрастном промежутке от 20 до 35 лет, с высоким и выше среднего уровнями дохода, ведущих активный образ жизни и достигших высот исключительно благодаря самому себе.

Маркетологи компании «Мултон» определили выбранную аудиторию как позитивную, с широким мировосприятием, готовую прилагать усилия для достижения поставленных результатов и при этом ценящую статус и благополучие [11]. Другими словами, для потребителей премиальной марки очень важно получать удовольствие от жизни, при этом приобретая качественные товары питания. Кто такой потребитель – если говорить о нём, как о потребителе рекламы то это юридические или физические лица, до сведения которых доводится реклама [11]. Добавим, которые в последствие покупают рекламированные товары.

На тот момент у компании были серьёзные конкуренты, которые наравне с ними контролировали рынок соков: это «Вимм-Билль-Данн» (г. Москва) – сок «J7», это Лебедянский консервный завод (г. Лебедянь) – сок «Я» и «Нидан-

Фудс» (г. Новосибирск). То, что конкуренция была серьезной не оставляет сомнения, поскольку рынок соков может считаться одним из самых рекламоёмких и затратных. Как правило, все марки или бренды продвигают себя при помощи рекламных кампаний на федеральных каналах, а также используя наружную рекламу, всевозможные промо-акции, ВТЛ технологии.

Все конкуренты имели в своём арсенале удачные рекламные кампании, с использованием непривычных для российских покупателей стимулов, ярким примером коммуникации был сок «Я».

Все глубоко проанализировав, компания «Мултон», создала будущую модель марки основываясь на следующем:

- 1) новая марка сока должна быть рывком в категории и привлекать к себе внимание всех целевых групп;
- 2) дизайн упаковки должен был кардинально отличаться от конкурентов;
- 3) позиционирование марки должно основываться на креативной стратегии;
- 4) сформировать желание попробовать продукт необычным стилем рекламной коммуникации и внешним видом упаковки;
- 5) на первый план выводится непосредственно «стиль» нового продукта, который будет узнаваемым;
- 6) премиальное позиционирование нового сока поддерживается высоким качеством продукта и новыми вкусовыми характеристиками [11].

Все вышеотмеченное легко превращается в концепцию, где идея основывалась на том, что сок как стилеобразующий продукт, составляющий часть базисного уклада жизни, т. е. определенный аксессуар. Притом, что стандартная реклама соков включала в себя описание полезных продуктов и состав продукта.

Выбранное название «RICH» было также обусловлено рядом определённых коммуникативных ассоциаций. Если переводить дословно, то название сока означает «богатый», который можно соотнести как к вкусу сока, так и к стилю самой рекламы и уровню жизни покупателей.

Перед дизайнерами была поставлена сложная и, в то же время, креативная задача, создать варианты упаковки, которая смогла бы являться самостоятельным средством коммуникации.

В конечном варианте был предложен дизайн, на тот момент времени, противоречащий всем традициям оформления соков на рынке. В основу дизайна «RICH» был положен белый фон, который выделял марку от конкурентов. Сам логотип марки нанесён на упаковку по всему периметру – по одной букве с каждой стороны. Похожий принцип использовался при изображении фруктов, находящихся на углах коробки. Таким образом, при совпадении коробок половинки фруктов совпадали, образуя цельный фрукт или «гибрид» привлекающий внимание.

Но, безусловно, главной коммуникативной составляющей рекламной компании стал слоган «Жизнь – хорошая штука. Как ни крути», объединивший в себе пять роликов с героями различных социальных качеств: успешного образа жизни, работы, общения с близкими. Так, ключевыми коммуникационными характеристиками стали: уверенность в себе, внутренняя свобода и умение наслаждаться каждым моментом жизни.

Сделаем вывод, что данным образом компания «Мултон» внесла новую тенденцию на рынок соковой продукции, завоевав его новым символом качества и дороговизны на примере бренда «RICH». Эмоциональная потребность

человека как раз и выступает в качестве одной из основных сюжетных линий. Ведь первоначально чисто функциональная потребность человека в эмоциональном насыщении, может преобразоваться в стремление реализовать это в действительности и сделать частью своей личности.

Но нельзя не отметить, что компания не оставила без внимания и сок «Добрый», в дизайн которого внедрила другую коммуникационную стратегию с социальным уклоном на формирования доброжелательных отношений к самому бренду.

Разместив на боковой стороне упаковки условно названный «тост» с призывом «Растим добро с пользой для общества», где указали, чего они хотят добиться данной социальной коммуникацией. А именно, покупая сок «Добрый» потребитель помогает в лице «Доброго» выпускникам детских домов стать частью общества, а также выбрать профессию и обустроить свой быт. Указав для дополнительной информации свой официальный сайт www.dobry.ru [10], где мы находим отдельную вкладку с пояснением благотворительной программы для детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей. С нашей точки зрения ценен тот факт, что для формирования положительного образа бренда публикуются достижения как за текущий год, так и предыдущие года, с подробным перечислением проектов. Не многие производители соков используют подобную коммуникацию с потребителем, например, если обратимся к маркам и брендам, таким как «Морс брусничный. Магнит», «Любимый» и «Бери и пей», то указанные бренды строят свою коммуникацию только на «фруктовой» концепции, при этом и не все вернули полноценный объем сока, например, 1 литр. Что не скажешь о том же «Добром», который крупно об этом заявляет также на упаковке.

Список использованных источников

1. Алёшина И. В. Паблик рилейшнз для менеджеров // ИКФ: ЭКМОС, 2004. – С.9
2. Антипов К. В. Основы рекламы: Учебник // М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2009. – С. 249.
3. Вишперфюрт А. Вовлечение в бренд. Как заставить покупателя работать на компанию // СПб: Коммерсантъ, 2008. – С. 4
4. Зуляр Ю. А. Массовые коммуникации в рекламе // Иркутск: Оттиск, 2006. – С. 279
5. Коновченко С. В. Общество – средство массовой информации – власть // Ростов н/Д: Изд-во СКАГС, 2001. – 207 с.
6. Панкратов Ф. Г., Баженов Ю. К, Серегина Т. К, Шахурин В. Г. Рекламная деятельность // М: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2003. – С. 351
7. Почепцов Г. Г. Теория коммуникации // М.: Из-во «Ваклер», 2001. – С. 45.
8. Ромат Е. В. Маркетинговые коммуникации: учебник для вузов // СПб.: «Изд. Дом «Питер»», 2021.
9. Эдварде М. Визуальные коммуникации. Как убеждать с помощью образов // М.: Изд-во «Бомбора», 2019.
10. Сок «Добрый» [электронный ресурс] // Официальный сайт «Добрый». – URL: [http:// www.dobry.ru](http://www.dobry.ru) (дата обращения 05.11.2023).
11. Хелпикс – Интернет-помощник [электронный ресурс] // Официальный сайт «Хелпикс». – URL: <http://https://helpiks.org> (дата обращения 03.11.2023).

THE FORMATION OF THE SOCIAL COMMUNICATION POLICY OF THE BRAND ON THE EXAMPLE OF THE JUICES "RICH" AND "KIND"

E. Shershukova

The article considers the main components of communication as a way of communication and a link with each other on a certain basis. Attention is focused on the needs for society, which can be used as starting points in the formation of social communication of a particular product. The way of formation of the juice brands "RICH" and "Kind" on the basis of various social attitudes is analyzed.

Keywords: communication, social communication, communication process, communication models, communication strategy, brand.

Сведения об авторе

ШЕРШУКОВА Елена Владимировна – кандидат педагогических наук, доцент кафедры «Рекламы и социально-культурных технологий», Московский филиал Санкт-Петербургского гуманитарного университета профсоюзов «Институт искусств и информационных технологий», (г. Москва, Россия), Shershukova-ev@mail.ru

УДК 32.019.51

СОБЫТИЙНЫЙ МАРКЕТИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ РОССИЙСКОЙ НАУКИ И ОБРАЗОВАНИЯ В МОЛОДЕЖНОЙ СРЕДЕ

Д. А. Щетинина

Молодые сотрудники являются стратегическим ресурсом важным для обновления и развития сферы науки и образования. В статье рассматривается событийный маркетинг как коммуникационная технология государственной политики, направленная на повышение привлекательности и привлечение молодежи в научную среду.

Ключевые слова: событийный маркетинг, event-маркетинг, государственные мероприятия, образование, наука, маркетинговые коммуникации.

Наука и образование играют важную роль во многих отраслях жизни общества. Уровень развития науки является показателем экономического, культурного, цивилизационного развития государства. В связи с этим развитие и популяризация науки и образования должны являться одним из приоритетных направлений государственной политики.

По данным исследований Института статистических исследований и экономики знаний НИУ ВШЭ за последние десять лет количество ученых до 39 лет увеличилось на 9,1% и в 2020 году составило 153,4 тыс. человек [1]. Был принят ряд мер государственной политики для привлечения и закрепления молодых кадров в науке, в частности предоставления грантов, стипендий, финансирование проектов. В сравнении с европейскими странами состав российской науки выглядит достаточно «молодо», по удельному весу молодых исследователей Россию опережают несколько стран Восточной Европы: Словакия, Польша, Чехия и Словения. Положительная динамика обусловлена ростом численности возрастной группы 30-39 лет, в то время как количество самых молодых исследователей в возрасте 20-29 лет наоборот резко сокращается – на 25%. Исследователи отмечают влияние демографической ситуации наблюдавшейся в 90-е годы прошлого века. Несмотря на то, что в целом исследователи ВШЭ говорят о позитивных тенденциях, научная карьера остается непривлекательной для молодых кадров: исследователи, принятые на работу после окончания университета, составляют 1,6% от общего числа ученых.

Развитие сферы науки и высшего образования, в том числе за счет привлечение молодежи в научную и образовательную среду является одним из приоритетов развития России, что нашло отражение в Указах Президента РФ. В частности в Указе «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года», ставится целью обеспечение привлекательности работы в Российской Федерации для российских и зарубежных ведущих ученых и молодых перспективных исследователей [2], в Указе «О национальных целях развития России до 2030 года» – обеспечение присутствия Российской Федерации в числе десяти ведущих

стран мира по объему научных исследований и разработок, в том числе за счет создания эффективной системы высшего образования [3].

Использование маркетинговых технологий в сфере государственного управления позволяет повысить результативность государственных программ и услуг, формировать положительный имидж органов и отдельных представителей государственной власти, повысить доверие граждан к их политике и обеспечить активное участие в государственных программах. Одним из инструментов маркетинговых коммуникаций, направленных на привлечение молодежи, является событийный маркетинг (event-маркетинг). Кернерман М. В. определяет его как комплекс ярких запоминающихся креативных мероприятий, направленных на продвижение компании или значимой темы для социума (в некоммерческой деятельности), в рамках какого-либо события [4]. В работе Ковалевской Р. В. event-маркетинг – это мероприятие или комплекс мероприятий, проводимые с целью влияния на мнение и поведение целевой аудитории [5]. Таким образом, можно говорить о том, что целью событийного маркетинга является привлечение внимания целевой группы к конкретной теме / продукту, также мероприятия могут влиять на поведение и ценностные ориентиры аудитории. Место государственных событий в системе event-маркетинга отражено в таблице 1.

Таблица 1

Классификация мероприятий в событийном маркетинге
(по Перепелкину Н. А.) [6]

Тип мероприятий	Характеристика	Примеры
Корпоративные мероприятия	укрепление коллектива, обучение, повышение лояльности к компании как работодателю	корпоративные торжества, интенсив, тимбилдинг, спортивные, социальные и эко-ивенты, образовательные и специальные акции и проекты
Деловые мероприятия	коммуникация с клиентами, партнерами, инвесторами, СМИ	встречи и конференции, мероприятия проф. сообществ, клиентские события (в т. ч. рекламные), мероприятия для СМИ
Имиджевые мероприятия	формирование и укрепление имиджа, репутации и статуса организации	благотворительные, светские мероприятия, фестивали, государственные и гражданские события, проекты государственного значения

Государственные мероприятия в сфере образования и науки реализуются при участии Министерства науки и высшего образования Российской Федерации, которое может выступать как в качестве непосредственного инициатора и организатора события, так и оказывать поддержку. Мероприятия Минобрнауки РФ можно разделить на несколько групп в соответствии с их целевым ориентиром.

Научно-популярные мероприятия направлены на привлечение внимания к достижениям науки, работе ученых, повышению привлекательности научной деятельности среди широкой общественности, и в частности обучающихся. Примерами таких мероприятий являются: всероссийский фестиваль НАУКА 0+ в рамках которого проводятся мастер-классы, лекции, квизы и квесты направленные на аудиторию разных возрастов; научно-популярный конкурс «Наука. Территория героев» для школьников и студентов, победители получают возможность отправиться в вуз / научно-образовательный центр, принять участие в исследованиях и погрузиться в науку; всероссийская премия «За верность науке» – премия в сфере медиа за популяризацию научных достижений и поддержку престижа научной деятельности; а также ряд других форумов и олимпиад для школьников и студентов.

Мероприятия образовательной среды, главная цель которых стимулировать развитие сферы образования, такие мероприятия направлены на организации высшего образования. Данный тип мероприятий можно разделить по целевым аудиториям на две подгруппы:

– мероприятия для сотрудников, включая преподавателей, направленные на развитие организации, компетенций сотрудников. К данному типу можно отнести: флагманские программы «Голос поколения. Проректоры» для руководителей и сотрудников вузов, занимающихся вопросами молодежной политики и воспитательной деятельности, и «Голос поколения. Преподаватели» для молодых представителей профессорско-преподавательского состава вузов, а также преподавателей, оказывающих поддержку подразделениям молодежной политики и воспитательной деятельности; экспедиция «От Учителя к Ученому. Дорогами гражданственности» в рамках которого происходит обмен педагогическим опытом и сбор лучших педагогических практик; конкурс «Лига лекторов» для просветителей, дающий возможность совершенствовать навыки публичного выступления, победители входят в пул лекторов российского общества «Знание» и получают материальное вознаграждение на развитие собственных просветительских проектов; конкурс на получение грантов для поддержки научно-образовательных центров и пр.

– мероприятия для студенческого сообщества, направленные раскрытие потенциала молодых специалистов, формирование устойчивых международных студенческих сообществ. В качестве таких можно рассматривать национальный открытый чемпионат творческих компетенций «ArtMasters»; всероссийскую олимпиаду студентов «Я – профессионал», в рамках которой проверяются профессиональные знания по широкому спектру специальностей; конкурс «Студенческий стартап» – грантовая поддержка студенческих бизнес-проектов; международный образовательный проект «Летний университет», реализующий программы дополнительного образования, целью которого является укрепление дружбы между студентами разных стран; образовательно-туристические программы «Летние смены» дающие возможность школьникам новых российских регионов познакомиться с вузами, программа включает в себя шесть модулей: образовательный, культурно-патриотический, надпрофессиональный, спортивный, экскурсионный, досуговый.

Социально-культурные мероприятия включают в себя события, охватывающие социально-значимые темы, например поддержка женщин в реализации проектов, расширение их участия в технических профессиях, что реали-

зуется с помощью проекта «Женщины: Школа наставничества», цель которого создать плодотворную наставническую среду для построения карьерной траектории студенток в разных сферах от бизнеса до науки. Другой пример, тема патриотизма, отражающаяся в проекте «Научный полк», призванный увековечить память ученых и преподавателей, работавших в военные и послевоенные годы, студентов, которые ушли добровольцами на фронт.

Имиджевые мероприятия, направленные на формирование положительного имиджа Министерства науки и высшего образования РФ. Примерами таких мероприятий может быть: участие в выставках, форумах, сессиях, на которых организовывается работа стенда Минобрнауки или выступают представители. Отдельно можно выделить проект «Стажер Минобрнауки России», который оказывает влияние на формирование имиджа Министерства как работодателя.

Относительно низкий уровень заинтересованности в научной профессии среди студенческой аудитории связан, во-первых, с убежденностью в том, что наука это скучное занятие, требующее высокого уровня концентрации, и во-вторых, что это непрестижная профессия, поскольку научные разработки в стране редко поддерживаются бизнесом, а государственное финансирование сосредоточено в технической и естественно-научной сферах [7]. В то же время наука все же становится более привлекательным карьерным выбором для выпускников вузов. В 2021 году на работу в научные организации были приняты 17 тысяч человек - на 21,3 процента больше, чем в 2020-м и в полтора раза больше, чем в 2019 году [8].

Event-маркетинг является достаточно распространенной коммуникативной технологией в сфере государственного управления. Побудить человека к желаемым действиям, сформировать полезные установки можно не только путем рационального сообщения, но и воздействия на эмоциональное восприятие. Яркие мероприятия, не являясь частью повседневного быта, всегда ассоциируются с праздником. Правильно организованное и ориентированное на конкретную целевую аудиторию специальное мероприятие вызывает положительные эмоции, и способствуют повышению активности. Таким образом, event-маркетинг является эффективным инструментом коммуникации и играет важную роль в формировании отношения к науке и образованию, вносит значительный вклад привлечение студентов к исследовательской деятельности и росту количества молодых ученых.

Список использованных источников:

1. Российская наука становится моложе [электронный ресурс] // Институт статистических исследований и экономики знаний – Высшая школа экономики. – 2021. – URL: <https://issek.hse.ru/news/530633282.html> (дата обращения 29.10.2023).
 2. Указ Президента Российской Федерации от 07.05.2018 г. № 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года».
 3. Указ Президента Российской Федерации от 21.07.2020 г. № 474 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года».
 4. Кернерман М. В. Событийный маркетинг в молодежной среде // Культура и образование: научно-информационный журнал вузов культуры и искусств. – 2022. – №4 (47). – С. 87-94.
-

5. Ковалевская, Р. В. Место ивент-маркетинга в комплексе интегрированных маркетинговых коммуникаций // *Коммуникология: электронный научный журнал*. – 2020. – №4. – С. 21-31.

6. Перепелкин, Н. А. Развитие событийного маркетинга в российских компаниях: автореферат дис. ... канд. эконом. наук: 08.00.05 / Перепелкин Николай Александрович. – Москва, 2016. – 28 с.

7. Скучные и мало зарабатывают: что студенты думают об учёных и будущем науки // Мел [электронный ресурс]. – 2023. – URL: <https://mel.fm/blog/tatyana-zhuravskaya/97146-skuchnyye-i-malo-zarabatyvayut-cto-studenty-dumayut-ob-uchenykh-i-budushchem-nauki> (дата обращения 01.11.2023).

8. Молодежь стала чаще выбирать научную карьеру // RG.ru [электронный ресурс]. – 2022. – URL: <https://rg.ru/2022/11/07/molodezh-stala-chashche-vybirat-nauchnuiu-kareru.html> (дата обращения 02.11.2023).

EVENT MARKETING AS A TOOL TO INCREASE THE ATTRACTIVENESS OF RUSSIAN SCIENCE AND EDUCATION AMONG YOUNG PEOPLE

D. Shchetinina

Young employees are a strategic resource important for the renewal and development of science and education. The article considers event marketing as a communication technology of state policy aimed at increasing the attractiveness and attracting young people to the scientific environment.

Keywords: event marketing, government events, education, science, marketing Communications

Сведения об авторе:

ЩЕТИНИНА Дарья Александровна – ассистент кафедры социально-политических наук, Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича, (г. Санкт-Петербург, Россия), darya.shchetinina@inbox.ru

II. ФИЛОСОФСКИЕ, ИСТОРИЧЕСКИЕ И ПОЛИТИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОСТИ

УДК 327.7

ПРИМЕНЕНИЕ ФРАНЦИЕЙ МЯГКОЙ СИЛЫ ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МЕЖДУНАРОДНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ ФРАНКОФОНИИ

М. А. Аверьянов

В статье исследуется применение Францией политики мягкой силы, с особым акцентом на использовании Международной организации франкофонии как инструмента для распространения и поддержания французской культуры, а также оказания влияния на страны-члены, в основном, бывшие колонии Франции. Авторы анализируют механизмы, при помощи которых Франция стремится поддерживать свой культурный и политический вес на этом многонациональном форуме, и рассматривают влияние этой стратегии на отношения между Францией и её партнёрами. В рамках данной работы использование политики мягкой силы рассматривается в контексте французской внешней политики и её воздействия на баланс сил в регионах, где французский язык и культура всё ещё играют значительную роль в жизни общества.

Ключевые слова: внешняя политика Франции, мягкая сила, Международная организация франкофонии, региональная интеграция, культурная политика.

На протяжении всей истории человечества ключевую роль в распространении, насаждении и укреплении государственного влияния играли «жесткие», материальные силы. Мощь военная, а равно и экономическая использовались в качестве главных инструментов ведения противостояния, заканчивавшегося очевидным, физическим поражением одной из сторон. Однако на современном этапе, по мере увеличения роли и значимости информационных потоков, а также совершенствования соответствующих технологий, наблюдается очевидный отход от традиционных способов ведения противостояния.

Этот процесс начинается ещё во время Холодной войны, основное противостояние в ходе которой велось не на полях сражений, а было выведено на уровень противоборства идеологий. Полномасштабное исследование нового способа противостояния было начато лишь в 90-х годах и связывается с именем Джозефа С. Найа, который и предложил прочно вошедший в геополитический лексикон термин «soft power» – «мягкая сила» [1, с.92-93]. Ещё одним, более корректным вариантом трактовки данного понятия является «гибкая

сила». Оно является несколько более точным, поскольку в основе оказания влияния в соответствии с постулатами этой самой силы, лежит стратагемный подход. Это не означает, однако, что классики геополитической мысли напрямую использовали древнекитайские военные мудрости. Тем не менее, если максимально упростить основные принципы ведения противоборства в данном контексте, то сходства напрашиваются сами собой. По сути своей, одна сторона стремится добиться желаемого посредством оказания непрямого, неочевидного, например, культурно-идеологического влияния, что в конечном итоге приводит к тому, что оппонент, в лучших традициях стратагемного подхода, побеждает сам себя [1, с.92-93].

Важность изучения применения именно мягкой силы заключается в том, что его результаты являются гораздо более долговечными и фундаментальными. Далеко не всегда можно окончательно победить оппонента силой оружия или экономического давления. Не разумно было бы спорить, что добиться побед традиционными способами в современном мире стало невозможно. Вопрос здесь заключается в другом – сколь долгим окажется устанавливаемое посредством жесткой силы влияние. Например, американское вторжение в Ирак в 2003 году, закончившееся стремительной и блестящей военной победой, привело к подъёму террористического движения на Ближнем Востоке, спровоцировало множество региональных конфликтов, а также окончательно утвердило в обществе антиамериканские настроения. Таким образом, несмотря на то, что использование мягкой силы является гораздо более затратным в плане как экономических, так и временных ресурсов, оно является, в конечном итоге, более фундаментальным, прочным и длительным [2].

Одним из мировых лидеров по масштабам применения политики мягкой силы на современном этапе является Франция. Некогда она обладала одной из крупнейших колониальных империй, а на современном этапе активно использует «мягкую силу» для сохранения своего влияния в бывших колониях на африканском континенте. Политика Пятой республики в данном направлении характеризуется стремлением сформировать чувство общности, посредством продвижения своих культурных ценностей, способствующих формированию национальной идентичности. Культурная политика является одним из ключевых направлений применения Францией мягкой силы. Значительные усилия направлены, например, на защиту культурного наследия, продвижение использования французского языка, содействие развитию образования и научной деятельности в бывших колониях [3].

В этом контексте также велико значение деятельности Международной организации франкофонии (далее – МОФ). Её формирование началось ещё в 1960 году с созданием Конференции министров национального образования франкофонных государств. Пробразом же современной МОФ стало Агентство по культурному и техническому сотрудничеству, созданное в 1970 году, заявленная в названии, деятельность которого происходила в рамках использования общего языка – французского. В современном виде организация окончательно оформилась 23 ноября 2005 года с принятием устава Международной организации франкофонии [4].

Заявленной целью создания данной организации является укрепление взаимоотношений между странами, входящими в её состав, содействие развитию сотрудничества между ними. Она функционирует как профильная

международная региональная организация, ориентированная на развитие социокультурных аспектов внешней политики стран, где французский язык играет важную роль [4].

На 2023 год в составе данной организации насчитывается 88 государств-участников (54 полноправных члена, 7 ассоциированных членов и 27 наблюдателей), которые регулярно проводят различные саммиты и конференции на уровне глав государств и правительств. Несмотря на название, ключевым критерием вступления в данную организацию является не столько численность населения, владеющего французским языком, сколько степень культурной связи с Францией [4]. В контексте изучения способов применения Францией мягкой силы, мы можем отметить, что с самого начала работы данной организации она начинает функционировать в строгом соответствии с постулатами мягкой силы. Начиная с последней четверти XX века, участники МОФ, число которых продолжало неуклонно расти, осуществляют сотрудничество в культурной сфере при главенствующей роли Франции. Французский язык, культура и образ жизни представляются в рамках сотрудничества в качестве эталона, на который следует ориентироваться всем остальным. Активно продвигалось сотрудничество в области сохранения общего культурного наследия, распространения французского языка в системе образования, экономики, банковского дела, финансов, права и т. д. [5].

По мере институционального совершенствования данной организации и расширения её численного состава, происходит и определённое изменение круга вопросов, по которым осуществляется сотрудничество. Говоря иначе, происходит политизация МОФ, поскольку в её повестку включаются такие вопросы как распространение демократических ценностей, защита прав человека, а также поддержание мира в странах-участницах организации. Стоит ли говорить, что всем этим тенденциям сопутствует ещё одна – усиление главенствующей роли самой Франции в рамках этой организации.

Остановимся более подробно на феномене политизации МОФ. Особого внимания в данном контексте заслуживают положения, регулирующие сотрудничество в области решения возникающих конфликтов, противодействия террористической угрозе и содействия экономическому развитию.

В данном контексте, хотелось бы рассмотреть декларацию, которая и была принята для определения прав и обязанностей участников в данной сфере в 2004 году в столице Буркина-Фасо Уагадугу. Одним из содержащихся в ней положений является обязательство решать все возникающие конфликты на межрегиональном уровне, то есть на уровне самой МОФ. Таким образом, Франция получила возможность при помощи данной организации принимать самое непосредственное участие в политической жизни, прежде всего, западно- и центральноафриканских стран [6]. Два года спустя, в 2006 году, данная декларация была дополнена рядом положений и стала называться Декларацией Сен-Бонифаса. В её рамках создавались специальные миротворческие силы МОФ, контингент которых формировался из предоставленных странами-участниками соединений, были прописаны основания, на которых возможно было их применение. Кроме того, создавался отдельный полицейский орган, призванный бороться с распространением терроризма внутри МОФ и способствовать поддержанию порядка во франкоязычном мире – Франкопол [6].

Тем не менее, несмотря на очевидные тенденции политизации МОФ, деятельность данной организации по традиционным вопросам, таким как развитие сотрудничества в области образования, научной деятельности, технологического развития и т. д. продолжается. Так, активно развивается сотрудничество по линии программ, направленных на осуществление подготовки преподавательских кадров в дистанционном формате (IFADEM), совершенствование системы школьного образования и преподавания национальных языков (ÉLAN), внедрения инновационных технологий и проведения образовательных реформ (PAIRE) [7].

Не остаются без внимания и такие вопросы как содействие экономическому, технологическому и социальному развитию. Так, в деятельность организации активно интегрируются Цели устойчивого развития, разработанные ООН, поддерживается развитие частного предпринимательства, осуществляется внедрение цифровых технологий, а также продвижение идей гендерного равенства [7].

Однако не стоит забывать о том, что за указанными, благими в сущности своей инициативами, скрывается и определённый корыстный замысел. Посредством распространения и развития своей культуры в бывших колониях Франция стремится не только усилить своё влияние на международной арене, но и закрепить за собой привилегированные отношения с данными странами. В рамках политического дискурса неоднократно звучат заявления об общности прошлого стран Африки и своей бывшей метрополии, в школьных учебниках в качестве примера и эталона приводится Франция, некоторые предметы в высших учебных заведениях преподаются исключительно на французском языке, а французская культура приобретает статус более высокой и единственно заслуживающей внимания [8].

Подобный подход препятствует налаживанию полноценного диалога культур, ввиду очевидного неравенства их статуса. Нарушаются тем самым и основополагающие принципы Международной организации франкофонии, а именно, формирование и развитие наднациональной общности, основанной на принципах равенства и взаимодействия всего множества составляющих её культур. Таким образом, МОФ является довольно показательным примером того, как Франция применяет политику мягкой силы в отношении своих бывших колоний. Данная организация является крайне эффективным ретранслятором французских ценностей, в то время как о её надлежном, «здоровом» функционировании можно было бы говорить лишь в том случае, если бы культуры всех стран Франкофонии имели одинаковый статус, взаимодействовали друг с другом на равных, не ориентируясь на какую-либо одну из них, представленную в виде образца для подражания [8].

В заключение хотелось бы ещё раз отметить, что Франция продолжает активно использовать инструменты мягкой силы, такие как культурная дипломатия, сотрудничество в области образования, а также экономическое и военное сотрудничество, для укрепления своего влияния в африканском регионе. Однако проводимая ей политика зачастую вызывает недовольство и критику. Некоторые африканские страны и общественные группы считают, что Франция продолжает оказывать слишком большое влияние на их внутренние дела, ограничивает их суверенитет, препятствует независимому развитию. Таким образом, политика мягкой силы Франции в Африке остается на

современном этапе довольно противоречивой. Её дальнейшее развитие будет зависеть от умения Франции учитывать интересы африканских партнеров, а также от её готовности сотрудничать в духе взаимовыгодного партнерства. В этом контексте Пятая республика должна сохранять баланс между продвижением собственных интересов и уважением суверенитета африканских наций.

Список использованных источников

1. Василенко И. А. Геополитика современного мира: учебник для вузов // М.: Издательство Юрайт, 2023. – 320 с.
2. Гриценко Р. А. Проблематика исследований мягкой силы как способа политического взаимодействия в культурно-философском контексте [электронный ресурс] // Гуманитарные ведомости ТГПУ им. Л. Н. Толстого. – 2021. – №3 (39). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problematika-issledovaniy-myagkoy-sily-kak-sposoba-politicheskogo-vzaimodeystviya-v-kulturno-filosofskom-kontekste> (дата обращения 12.10.2023).
3. Семенова И. Н. Становление французской дипломатии как мягкой силы [электронный ресурс] // Crede Experto: транспорт, общество, образование, язык. – 2020. – №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/stanovlenie-frantsuzskoy-diplomatii-kak-myagkoy-sily> (дата обращения 12.10.2023).
4. Hourquebie F. Langue française, Francophonie politique et diplomatie // Pouvoirs. – 2023. – №. 3. – С. 89-98.
5. Martin L. Francophonie: histoire d'un mot, actualité d'un projet. – 2022.
6. Щиченко, Е. Франкофония как инструмент сохранения системы FrancAfrique / Е. Щиченко // Франкофония в современном мире: Сборник статей по итогам XI международной конференции, Санкт-Петербург, 21 марта 2022 года. Том Выпуск 2. – СПб.: ООО «Скифия-принт», 2022. – С. 53-58.
7. DIENG A. M., Ibrahima S. Y. Les performances de l'éducation en Afrique francophone: une analyse multiniveaux // Revue de Recherches en Economie et en Management Africain. – 2020. – Т. 8. – №. 8.
8. Максимкин И. А. Франкофония и «франкодоксия»: единство противоположностей в обучении французскому языку / И. А. Максимкин // Научный старт - 2020: Сборник статей магистрантов и аспирантов, М.: Общество с ограниченной ответственностью «Языки Народов Мира». – 2020. – С. 252-257.

THE USAGE OF SOFT POWER BY FRANCE THROUGH THE LENS OF THE INTERNATIONAL ORGANISATION OF THE FRANCOPHONIE

M. Averyanov

The article examines France's use of soft power, with a particular focus on the International Organisation of the Francophonie as a tool for spreading and maintaining French culture and influencing its member countries, mainly former colonies of France. The authors analyses the mechanisms by which France seeks to maintain its cultural and political weight in this multi-national forum and examine the impact of this strategy on relations between France and its partners. This paper examines the use of soft power in the context of French foreign policy and its impact on the balance of power in regions where French language and culture still play a significant role in society.

Keywords: French foreign policy, soft power, International Organisation of the Francophonie, regional integration, cultural policy.

Сведения об авторе

АВЕРЬЯНОВ Максим Алексеевич – магистрант, Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича, (г. Санкт-Петербург, Россия), Averyanov00@yandex.ru

УДК 141.12

СОЦИАЛЬНО ОНТОЛОГИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ГЛОБАЛИЗАЦИИ СОВРЕМЕННЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

В. В. Балахонский

В статье проводится теоретический анализ социальных последствий глобального использования современных информационных технологий. Выясняются сущность опасностей и угроз, связанных с их применением. Дается их классификация, построенная на дифференциации онтологически экзистенциальных проблем и ментально-психологических проблем онтологии личности. Изучаются опасности и угрозы, связанные с разработкой и использованием технологий искусственного интеллекта. Намечаются необходимые меры по преодолению или хотя бы частичной нейтрализации негативных социальных последствий отмеченных проблем.

Ключевые слова: информационные технологии, искусственный интеллект, информационная безопасность, социальная онтология, глобализация.

Одной из чётко обозначившихся особенностей развития современного мира выступает тенденция глобализации предметного поля проводимых научных исследований, ведущей репрезентацией которой является разработка и широкое внедрение во все области человеческой жизнедеятельности информационных технологий. Конечно, на современном этапе, не следует преувеличивать степень их распространения и уровень развития: в мире существуют этносы и регионы, минимально охваченные информационными технологиями, однако, как общая тенденция данный процесс однозначно определился.

Не ставя под сомнение значимость и перспективность развития научных исследований в данном направлении, обратим внимание на ряд социально онтологических (то есть непосредственно затрагивающих основы или важные аспекты существования общества) проблем, связанных с внедрением информационных процессов. В обобщённом виде эти проблемы могут быть объединены в две большие группы:

1. Онтологически экзистенциальные проблемы, специфика которых определяется значимостью их влияния на само существование общества.

Центральное место в этой системе проблем, безусловно, занимает проблема искусственного интеллекта. Создание искусственного интеллекта, значительно превосходящего по своим когнитивным возможностям человеческий разум и не зависящим от многообразных форм субъективности его создателей (программистов), весьма привлекательно для решения целого комплекса фундаментальных социальных проблем, среди которых можно выделить:

- ограниченность образовательного и интеллектуального уровня субъектов принятия важных государственных решений;
- коррупционное лоббирование интересов узких социальных групп, противоречащих интересам всего общества;
- недостаточность современного эвристического научного инструментария для понимания сложнейших социальных и природных процессов;

– субъективность оценки социальных феноменов (исторических, экономических, идеологических, политических, религиозных и т. п.), затрагивающих определённые интересы.

Наряду с перечисленными и многими другими несомненными достоинствами искусственного интеллекта, следует отметить опасность полного подчинения ему информационных процессов управления государством, его вооружёнными силами, судопроизводством, правоохранительной деятельностью, законотворчеством и т. д. Подобная опасность по степени разрушительности своих социальных последствий может быть сравнима с рисками смертельной для человечества пандемии или атомной войны. На современном этапе развития науки человечество вряд ли способно в полной мере осознать и оценить всю полноту и конкретное многообразие опасностей и проблем, связанных с искусственным интеллектом. Но некоторые из них очевидны даже сейчас.

К их числу можно отнести:

1) достижение искусственным интеллектом полной самостоятельности и независимости от человека может привести к отстранению человека от выработки и принятия важнейших социальных решений, его исключения из процесса функционирования системы фундаментальных общественных отношений, а, вследствие этого, к разрушению основ самого человеческого социума и замена его виртуальными аналогами, не предполагающими само существование человека как биологического вида;

2) технические сбои или ошибочная оценка происходящего искусственным интеллектом, управляющим вооружением стратегического назначения, приведёт к войне, способной уничтожить всё человечество и природную среду его обитания;

3) профессиональное вытеснение искусственным интеллектом человека из многообразных форм социальной жизнедеятельности будет продуцировать его деградацию в профессиональном, интеллектуальном, нравственном и деятельностном плане, возвращение человека на уровень животного этапа его эволюции, что, впрочем, полностью вписывается в западные концепции «общества всеобщего потребления»;

4) использование возможностей искусственного интеллекта в преступных целях способно вывести на качественно более высокий уровень угрозу терроризма (включая государственный терроризм), открыть широкое поле противоправных действий в отношении собственности, получения незаконного доступа к информационным и финансовым ресурсам и т. п. [1, с. 21].

Помимо проблем, связанных с искусственным интеллектом, экзистенциально значимыми для социума являются следующие проблемы:

1) политика США и коллективного запада, направленная на использование технологического превосходства для доминирования в современном мире и телеологической ориентации глобализационных процессов (включая информационные) на реализацию собственных прагматических интересов;

2) широкое распространение глобальных социальных сетей Facebook, Twitter, YouTube с миллиардами пользователей по всему миру ведёт к формированию устойчивых общностей потребителей, действия которых регулируются собственными внесударственными законами, действуют свои нравственные ценности и правила, функционирует особая денежная система, в результате чего начинают формироваться специфические квазигосударст-

венные образования, способные оказывать влияние на политику реальных государств и даже конфликтовать с ними (примером, чего может служить отключение президента США Д. Трампа от социальной сети Twitter, принятое руководством этой цифровой корпорации);

3) замена реальных форм жизнедеятельности виртуальными формами, что дезориентирует людей в восприятии и оценке действительности, искажает их сознание;

4) усиление неравенства между людьми и их общностями, как внутри социума, так и на международной арене, по уровню доступности для них современных средств информационно коммуникационных технологий, что продуцирует качественные различия в уровне жизни, благосостоянии, образованности и может вести к деструктивным социальным конфликтам и потрясениям.

2. Ментально-психологические проблемы онтологии личности, особенность которых состоит в их связи с психикой человека, как индивидуальной, так и общественной.

В системе подобных проблем информационных технологий следует выделить:

1. Проблему информационной перегруженности человеческого сознания, вызванную лавинообразно возрастающим объёмом поступающей информации, нуждающейся в постоянном осмыслении и оценке. В подобных условиях перестаёт работать, «зависает» даже компьютерная техника. Человеческое сознание благодаря, своим физиологическим основам, не прекращает свою деятельность, а перестаёт фокусировать внимание на избыточной информации. В результате этого человек оказывается не в состоянии осмысливать чрезмерные информационные потоки и дезориентируется в них, что ведёт к нервным срывам и психологическим проблемам.

2. Проблему достоверности получаемой информации, резко снижающей познавательный эффект её эвристического использования. Гносеологическое различие понятий «знание» и «информация» состоит в том, что знание выступает в качестве синонима относительной истины, то есть информации, адекватность которой доказана в рамках приведённого обоснования, а информация в гносеологическом плане нейтральна, она может быть любой: истинной или ложной, правильной или скажённной, она может представлять собой даже дезинформацию. Благодаря этому современное обилие информации, доступной для человека, далеко не всегда способствует правильному её пониманию, возможности повысить на её основе собственный образовательный уровень [2, с. 193]. Так, например, лёгкость доступа к информации в ресурсах интернета нивелируется чрезмерно большим её объёмом и необходимостью её критической верификации.

3. Проблему манипулирования сознанием потребителей сведений из глобальных информационных ресурсов, продуцируемую политическими, экономическими, идеологическими и прочими социальными интересами тех, кто эту информацию репрезентирует [3].

4. Проблему вмешательства информационных технологий в личную жизнь людей, в их семейные отношения, форму проведения досуга, интересы, область мыслей и чувств. По коммерческим, либо политическим мотивам информационные технологии вторгаются в область частной жизни индивида, собирают сведения о нём, которые затем используют в корыстных целях [4, С. 162].

Понимая остроту и значимость социальных угроз отмеченных проблем, представляется возможным наметить определённые меры по их преодолению или хотя бы частичной нейтрализации их негативных последствий.

В обобщённом виде подобные меры могут быть сформулированы следующим образом:

1. Установление жёсткого государственного контроля над разработкой и внедрением технологий, использующих искусственный интеллект, создание чётких и однозначно понимаемых правовых ограничений данного вида деятельности.

2. Перепрофилирование профессиональной занятости людей с операций, выполняемых искусственным интеллект, на область контроля над ними и иные виды творческой деятельности, позволяющей реализовать свои личные способности.

3. Создание действенной системы охраны персональных данных людей, обеспечивающей защиту от чужого информационно технологического проникновения в их личную жизнь.

4. Введение системы правовой ответственности за заведомо недостоверную информацию, размещаемую в социальных сетях.

5. Нейтрализация негативного информационного воздействия, направленного на размывание традиционных духовно-нравственных ценностей.

6. Правовое и технологическое противодействие пропаганде экстремистских идей, искажению истории, проповеди нацизма и ксенофобии [5, с. 112].

Безусловно, отмеченные нами меры не являются исчерпывающими, они в большей степени представляют собой важнейшие направления поиска путей решения данных социально онтологических проблем, а их конкретику реализации обнаружит сама жизнь.

Список использованных источников

1. Балахонский В. В. Системно-информационные и синергетические основания философского осмысления феномена социальной безопасности // *Философия права*. – 2011. – № 1(44). – С. 19–23. – EDN NDASWN.

2. Бун М. З. Образовательные стратегии переходных обществ (сравнительный анализ) // *Вестник Санкт-Петербургского университета МВД России*. – 2014. – № 2(62). – С. 190-195. – EDN SGMARD.

3. Balakhonskaya, L. V. «Newstalgia» as Digital Marketing Communication Strategy // *Proceedings of the 2022 Communication Strategies in Digital Society Seminar 2022, ComSDS 2022, St. Petersburg, 13 апреля 2022 года*. – St. Petersburg. – 2022. – P. 134-141. – DOI 10.1109/ComSDS55328.2022.9769130. – EDN RUEMVT.

4. Правовое регулирование предпринимательской деятельности в условиях социальной и цифровой трансформации / В. В. Балахонский, М. В. Коледов, М. И. Комаров, Н. Н. Кузин // *Образование и право*. – 2022. – № 1. – С. 160–164. – DOI 10.24412/2076–1503-2022-1-160-164. – EDN RKQAJL.

5. Правосознание и его роль в жизни общества // Санкт-Петербург: Издательство Санкт-Петербургского университета МВД России, 2018. – 173 с. – ISBN 978-5-91837-128-2. – EDN VTKBIS.

SOCIO-ONTOLOGICAL PROBLEMS OF GLOBALIZATION OF MODERN INFORMATION TECHNOLOGIES

V. Balakhonsky

The article provides a theoretical analysis of the social consequences of the global use of modern information technologies. The essence of the dangers and threats associated with their use are being clarified. Their classification is given, based on the differentiation of ontological existential problems and mental-psychological problems of personality ontology. The dangers and threats associated with the development and use of artificial intelligence technologies are being studied. The necessary measures are planned to overcome or at least partially neutralize the negative social consequences of the noted problems.

Keywords: information technologies, artificial intelligence, information security, social ontology, globalization.

Сведения об авторе

БАЛАХОНСКИЙ Виталий Витальевич – доктор философских наук, профессор, заслуженный работник высшей школы РФ, профессор кафедры философии и социологии, Санкт-Петербургский университет МВД России, (г. Санкт-Петербург, Россия), Balakhonsky@mail.ru

УДК 165.0

ГНОСЕОЛОГИЧЕСКАЯ СПЕЦИФИКА ОБОСНОВАНИЯ ИСТИННОСТИ НАУЧНОГО ЗНАНИЯ

В. В. Балахонский, Л. В. Балахонская

В статье исследуется проблема, связанная с выяснением гносеологической специфики доказательства истинности результатов процесса научного познания. Выясняется сущность классического понимания истины и его альтернатив. Предлагается возможное решение ряда методологических проблем, связанных с классической концепцией истины (проблемы парадоксов лжеца, неопределённости понятия «соответствие»). Проводится дифференциация понятий «истина» и «правдоподобие». Выясняется сущность и специфика критериальных оснований научной истины.

Ключевые слова: истина, истинность, правдоподобие, гносеология, методология научного познания, практика, обоснование.

На современном этапе развития науки многие дискуссии по поводу интерпретации и оценки сложных природных или социальных феноменов методологически продуцируются различиями гносеологического понимания истины, как важнейшей цели познавательной деятельности. Спор о сущностных характеристиках истины развивался в течение многих веков; он уходит своими корнями в античность, когда в трудах Платона и Аристотеля сформировалось понимание истины, которое впоследствии назовут классическим. Суть этого понимания можно выразить короткой формулировкой: истина – это соответствие мысли реальности.

Действительно, подобная формулировка раскрывает саму сущность того гносеологического феномена, который именуется понятием истина. Однако, несмотря на свои очевидные достоинства, это определение не снимает целый ряд важных гносеологических проблем [1, с. 74–75], среди которых принципиальное значение имеют три проблемы.

Первой и самой сложной из них является проблема неопределённости и многозначности самого понятия «соответствие», которое в научном сознании получает множественность интерпретаций. Под соответствием понимают и копию, тождественную отображаемому объекту, и знак, его символизирующий. Но между этими значениями существует огромное гносеологическое различие. Копия, или тождество – это очень сильная форма соответствия; ориентируясь на такой уровень обоснования, мы способны получать достоверные научные знания, истинность которых не подлежит никакому сомнению. Но достижение подобного характера отражения, выступая в качестве важнейшего телеологического ориентира познавательной деятельности, не всегда в полном объёме достижимо на промежуточных этапах эвристического процесса. В противоположность этому, знак и символ являются очень слабыми формами соответствия, поскольку между символом и тем, что он символизирует, может не быть ничего общего, кроме чисто ассоциативного сходства. Примером этого являются символы городов, любые эмблемы (логотипы), обозначающие соответствующие организации и учреждения и т. п. Знак, вообще,

имеет чисто конвенциональную природу. Например, в болгарском языке арбуз называют дыней, но от этого его вкус никоим образом не меняется.

Проблема неопределённости и многозначности понятия «соответствие» остаётся нерешённой и в современной методологии науки, однако чётко наметилась тенденция трактовки этого понятия в его слабых формах репрезентации, что прослеживается не только в социогуманитарных науках, но в науках точных, например, в теоретической физике. Детерминация данной тенденции в этих науках различна. Если в социогуманитарных науках она определяется стремлением скрыть за мнимой обоснованностью выражение политических, идеологических, экономических и т. п. интересов, то в точных науках она проявляется лишь в сферах экстраполяции научных знаний на области, бесконечно далеко выходящие за границы нашего опыта и человеческой практики (например, чисто ассоциативное стремление понять такой космический феномен, как «чёрная дыра», при помощи апелляции к образу обычного сознания – «кротовая нора»). Причина проявления тенденции трактовки понятия «соответствие» в его слабых формах в точных науках, распространяющих свои знания на бесконечность Космоса, состоит в недостатке наших знаний и продуцируемой этим методологическим использованием абстракции конструктивизации, то есть сознательного упрощения действительности.

Наше понимание возможного подхода к решению данной методологической проблемы может быть выражено следующим образом: необходимые и действенные на начальных этапах исследовательского процесса слабые формы трактовок понятия «соответствие» на завершающих этапах этого процесса должны заменяться сильными формами, приближающимися к понятию «тождество». Статус истины способны давать только сильные формы соответствия, их слабые формы могут обеспечивать лишь определённый уровень правдоподобия, под которым понимается степень обоснованности мнения, ещё не достигшего уровня знания.

Второй проблемой, вставшей перед классической концепцией истины, является проблема «парадоксов лжеца», сформулированная в различных интерпретациях ещё древнегреческими мыслителями Эпименидом и Эвбулидом. В своей достаточно логически завершённой форме этот парадокс может быть представлен в следующем виде: то, что я сейчас говорю, является ложью; если это действительно так, то я говорю правду; но если я правду называю ложью, то я лгу, а, если я ложь называю ложью, то я говорю правду [2, С. 267–269]. Суть проблемы состоит в том, что изначальное высказывание «то, что я сейчас говорю» одновременно оказывается и истинным, и ложным, что по законам формальной логики недопустимо, но реально возникает в данном парадоксе.

Причина данного парадокса заложена в самих основах формальной логики, предполагающих достаточность оперирования бессодержательными формами суждений, которые при условии правильного выполнения логических операций могут наполняться любым содержанием. В большинстве случаев так оно и происходит, но далеко не всегда. Определённое содержание не работает в рамках формальных логических операций, так возникают многочисленные парадоксы. Именно за это И. Кант и критиковал ограниченность формальной логики, предложив собственную концепцию трансцендентальной логики, выходящей за пределы формальных логических операций в содержательный план научного анализа.

В определённой степени стремлением преодолеть угрозу возникновения парадоксов лжеца объясняется и методологическая новация в понимании истины, предложенная в рамках марксистской философии, в соответствии с которой истина стала трактоваться как соответствие мысли объективной реальности. Апелляция к референту в виде «объективной реальности», безусловно, снимает данный парадокс, но, одновременно, исключает возможность определения истинности любых форм проявления человеческой субъективности.

Можно констатировать, что непосредственной причиной возникновения парадокса лжеца является бессодержательность исходного суждения, а бессодержательное сужденное гносеологически нейтрально по отношению к истинности: истинным или ложным может быть только его содержание.

Поэтому снятие возможности возникновения парадокса лжеца возможно путём перевода внимания с формальных репрезентаций на их содержательное наполнение.

Стремление преодолеть две указанные методологические проблемы классической концепции истины привели к появлению так называемых альтернативных теорий истины (альтернативных по отношению к классической концепции), оправданной и гносеологически эффективной новацией которых, стало включение в определение истины требования доказательности. Более того, альтернативные теории истины ввели в само её определение соответствующие критерии, обладающие несомненным научным значением – логический и лингвистический критерии (теория корреспонденции), когерентный критерий (когерентная теория), критерий полезности (прагматическая теория) и т. д.

На основании проведённого теоретического анализа представляется возможным сформулировать следующее рабочее определение научной истины, синтезирующее достижения как классической, так и альтернативных по отношению к ней концепций: истина – это объективно доказанное соответствие содержания научных положений изучаемому объекту.

Для западной философии характерно отождествление истины и правдоподобия (К.Поппер), основанное на соотношении правдоподобного с системой «истинное-ложное». Более правильным представляется соотношение правдоподобного с системой «незнание-знание» и, следовательно, понимание его как степень истинности [3, Р. 1118].

Третья проблема, вставшая перед классической концепцией истины, была связана с отсутствием всеохватывающего критерия истинности научных знаний, позволяющего выносить однозначный и окончательный вердикт по всем спорным вопросам. Данная проблема обладает серьёзным научным смыслом, поскольку отражает реальные особенности обоснования научных знаний, продуцируемые применяемыми критериями.

Гносеологический инструментарий, связанный с доказательством истинности выдвигаемых утверждений, включает в себя такие важнейшие критерии, как логический и математический критерии, лингвистический, когерентный, прагматический и т. п. критерии. Отмеченная вариативность используемых критериев определяется как спецификой объекта и познавательных задач его изучения, так и наличием общей основы их функционирования, детерминирующей границы их безусловной эффективности. Подобной основой выступает практический критерий, представляющий собой совокупность всех видов человеческой деятельности, кроме деятельности теоретической.

Расширительное толкование практического критерия, состоящее во включении в него также и теоретической деятельности, создаёт серьёзную методологическую проблему невозможности дифференциации теории и практики, представляющих собой два различных аспекта реализации научно-исследовательского процесса, в рамках которого представляется возможным проводить их различение по следующим основаниям:

1) фундаментом теоретического познания является рациональная деятельность, специфика которой состоит в идеальном отражении объекта в форме абстрактных образов и представлений; практика представляет собой чувственно-предметную деятельность, телеологически ориентированную на изменение объективной реальности;

2) последующие за практическими действиями изменения в сознании людей будут иметь вторичный характер, они будут обусловлены результатами практических действий;

3) практическая деятельность и её результаты выполняют по отношению к познавательной деятельности важные методологические функции: телеологического ориентира, детерминирующего мотива и основания верификации теоретических положений;

4) практическая деятельность представляет собой воплощение субъективного в объективном, идеального в материальном, и, благодаря этому, способна выполнять функцию критерия теоретической деятельности, внешнего по отношению к нему.

Безусловно, мы отдаём себе отчёт в том, что подобная дифференциация теории и практики носит абстрактный характер, поскольку в реальном познавательном процессе практическая и теоретическая его составляющие находятся в неразрывном единстве и взаимообуславливают друг друга, но уточнение этого вопроса является методологически значимым, поскольку для западной философии характерны поиски критериев истины в сфере сознания. Так, например, один из виднейших представителей герменевтики Г. Гадамер считает, что критерием истины является общепринятость, авторитетность. В отличие от герменевтики прагматизм признаёт, что критерием истины является практика, но он понимает практику как совокупность отдельных действий, полезных для отдельного субъекта в данный момент [4, Р. 943]. Ни тот, ни другой подходы к пониманию критериальных оснований доказательства истинности научно-теоретических знаний не обеспечивают достоверности результатов исследовательского процесса.

Важнейшими формами практического обоснования научно-теоретических положений выступают: хозяйственно-производственная, социально-регулирующая, организационно-управленческая, общественно-политическая, семейно-бытовая, деятельность в сфере культуры, воспитания, образования, научно-экспериментальная деятельность [5, С. 212].

Определяющая роль практического обоснования в научном познании обусловлена тем, что все иные критериальные формы базируются на практическом обосновании и получают, благодаря этому, свою доказательную силу. Вместе с тем следует отметить относительность практического критерия, состоящего в ограниченности области его применения на любом этапе развития научного познания.

Список использованных источников

1. Балахонский В. В. Материализм и методология исторического познания // Новые идеи в философии. – 1995. – № 3. – С. 72–78. – EDN QZCZRJ.
2. История и философия науки // СПб.: Питер, 2006. – 368 с. – ISBN 5-469-00773-1. – EDN WWEKTH.
3. Political consciousness formation in the modern global world // International Journal of Criminology and Sociology. – 2020. – Vol. 9. – P. 1116-1122. – DOI 10.6000/1929-4409.2020.09.130. – EDN ZWAZEO.
4. Motivation factors for political consciousness formation in the modern world // International Journal of Criminology and Sociology. – 2020. – Vol. 9. – P. 941-949. – DOI 10.6000/1929-4409.2020.09.99. – EDN GEOJOX.
5. Философия: Курс лекций // СПб.: Санкт-Петербургский университет Министерства внутренних дел Российской Федерации, 2021. – 264 с. – ISBN 978-5-91837-390-3. – EDN IXEIAI.

EPISTEMOLOGICAL SPECIFICS OF SUBSTANTIATING THE TRUTH OF SCIENTIFIC KNOWLEDGE

V. Balakhonsky, L. Balakhonskaya

The article examines the problem associated with clarifying the epistemological specifics of proving the truth of the results of the process of scientific cognition. The essence of the classical understanding of truth and its alternatives is revealed. A possible solution is proposed to a number of methodological problems related to the classical concept of truth (the problems of the liar's paradoxes, the uncertainty of the concept of "conformity"). Differentiation of the concepts of "truth" and "plausibility" is carried out. The essence and specificity of the criteria of scientific truth are revealed.

Keywords: truth, truthfulness, plausibility, epistemology, methodology of scientific cognition, practice, justification.

Сведения об авторах

БАЛАХОНСКИЙ Виталий Витальевич – доктор философских наук, профессор, заслуженный работник высшей школы РФ, профессор кафедры философии и социологии, Санкт-Петербургский университет МВД России, (г. Санкт-Петербург, Россия), Balakhonsky@mail.ru

БАЛАХОНСКАЯ Людмила Владимировна – кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры связей с общественностью в бизнесе, Санкт-Петербургский государственный университет, (г. Санкт-Петербург, Россия), Lb234@mail.ru

УДК 159.9

СТРАТАГЕМНОЕ МЫШЛЕНИЕ: ИСТОРИЧЕСКИЙ, УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ И ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Е. В. Белова

В статье рассматривается феномен стратагемного мышления и применения стратагем в практике управления через призму исторического, психологического развития лидерской мысли в военной, политической и бизнес сфере. Дается краткая история европейской и восточной стратагематики, а также описание стратагемного мышления как психологического феномена. Приводится сравнение стратагемного мышления, практического мышления и «ума полководца» по Б. М. Теплову. Обсуждается применение стратагемного мышления и стратагем в межличностном общении, управленческой деятельности как проявление лидерской одаренности.

Ключевые слова: стратагемы, стратагемное мышление, «ум полководца», практический интеллект, лидерская одаренность.

Вопрос о природе лидерской одаренности в разных формулировках появлялся уже в работах Конфуция, Лао Цзы, Сунь-Цзы, а также Сократа, Платона, Аристотеля и других ключевых мыслителей [1]. В истории психологии лидерства принято рассматривать типологический подход и теорию черт (перечень качества лидера) как исторически первые подходы в описании лидеров в науке. Как правило, лидерская одаренность обсуждалась на примерах политических и военных лидеров. Так, Н. Макиавелли в работе «Государь» [2] описывает именно личностные особенности лидера с акцентом на его мотивацию.

Можно выделить «западный» и «восточный» взгляд на управленческие компетенции, черты портрета идеального лидера и те стратегии (поведенческие паттерны), которые данный лидер проявляет. Так, еще во II–III веках н. э. проблема организационного таланта исследовалась Лю Шао в трактате «Жэнь у чжи» («О человеческом существе»), где были определены три категории людей в зависимости от степени развития девяти основных сущностей человека. «Срединное качество» отличается тем, что для него характерно наиболее полная совместимость в равной мере всех сущностей. Для одностороннего развития характерно выраженное развитие одной или несколько сущностей. Выделяют еще и подражателей, которые расшатывают добродетели, являются путаниками, непостоянными людьми (существует многообразие форм подражателей).

Особое место в исследовании лидерской одаренности занимают военные трактаты, где опыт военачальников и правителей (часто данные статусы совмещались) представлен в описании стратагем (мудростей, хитростей, уловок, приемов) и стратагемного мышления (искусства применения данных уловок). Наравне с ориентированным на военную сферу каноничным трактатом «Искусство войны» Сунь-Цзы [3], жившего в V веке до н.э. и ставшего основателем литературного жанра «Бин Фа» («Искусство войны»), уже в I–II вв. нашей эры стали появляться работы, которые рассматривали применение «когнитивных хитростей и уловок» в широкой сфере управления. Отметим, что дан-

ные работы вызывали резонанс в умах и лидеров других эпох: не только японские самураи, но и Наполеон (в Европе трактат появился в XVIII веке) зачитывался работой Сунь-Цзы. На русский язык трактат Сунь-Цзы был переведен в 1950 году академиком Н. И. Конрадом. Более того, уже в конце XX века «Искусство войны» стало на Западе настольной книгой менеджеров, специалистов по переговорам, коммуникациям и риторике.

Интерес к китайским военным трактатам в России проявлялся как на рубеже 90-х–2000-х, так и в последние годы. Возможно, именно «смутные времена» и ситуация неопределенности порождают внимание к упорядоченной мудрости веков, применяемой в самой сложной, динамичной, неопределенной сфере управления: военной сфере. Даже в современной организационной психологии существует попытка перенести наработки в военной сфере на широкий профиль управления: т. е. рассмотреть системообразующие основы лидерства в самом «экстремальном» проявлении, в военной сфере (Боевая модель лидерства Коэна). В работах Б. М. Теплова [4] и Р. Стернберга [5] также присутствует описание мышления лидеров на примере военных руководителей. Б. М. Теплов рассматривает «ум полководца», а Р. Стернберг интеллект успеха или практический интеллект.

Б. М. Теплов выделяет три ключевых специфики дизайна практического ума полководца. Во-первых, неразрывная связь с практикой, способность распознавать ситуацию, выработка различных альтернатив поведения и выбор лучшей из возможных стратегий. С точки зрения стратагематики, стратагемы и есть ситуативное применение шаблона поведения, основанного на распознавании ситуации и доработанное под текущие условия. Следует отметить и неразрывную связь между умом и мотивацией, волей руководителя. Можно выделить следующую цепочку когнитивно-личностной стратегии ума полководца: глазомер (распознавание ситуации, врага и ресурсов) – быстрый выбор из имеющихся траекторий-альтернатив поведения – реализация лучшей альтернативы. По А. В. Суворову эта схема выражается в триаде «глазомер-быстрота-натиск». В модели Наполеона — это квадрат воли и ума. В целом, требуется переход от внутреннего к внешнему плану мыследеятельности полководца и наоборот, т. е. от абстрактного мышления (моделирования ситуации) к практическому мышлению, от общего к частному, — что и является сущностью практического ума полководца по Б. М. Теплову или Р. Стернбергу.

Вторая специфика практического ума полководца по Б. М. Теплову связана с умением дистанцироваться, «проникать в душу противника», т. е. понимать особенности личности оппонента, его цели и возможности, ограничения. Одна из самых опасных ловушек мышления, с которой сталкиваются даже выдающиеся полководцы по Б. М. Теплову, — это самоуверенность, которая приводит к когнитивной легкости и ошибкам. Даже Наполеон отмечал, что на войне уже тогда ситуация складывается хорошо, если «2/3 шансов подчинено расчету, а 1/3 отдана на волю случая». Военачальнику, который хотел бы на войне предвидеть все, «можно посоветовать никогда не воевать».

В дальнейшем Б. М. Теплов еще больше усиливает личностную трактовку таланта полководца, считая, что проявления одаренности — это вся личность, это единство интеллектуальных, волевых и эмоциональных качеств личности. Кроме того, он выделяет еще одну особенность таланта полководцев — сложную диалектику свойств личности и, в частности, умственных спо-

собностей, то есть необходимость совмещения противоположных качеств ума: быстрота и неторопливость, осторожность и смелость, гибкость и устойчивость. Следовательно, практический ум полководца — это не только интеллектуальное свойство, а синтез разнообразных интеллектуальных, волевых, эмоциональных, мотивационных качеств личности. По сути, «ум полководца» реализует «срединное качество» и представляет собой то, что современные исследователи называют «системным мышлением».

Несмотря на всю схожесть европейского и восточного стратагемного мышления, «восточный подход» (в частности, китайский) отличается более конкретно-системным взглядом на проблему. Отметим несколько сравнительных особенностей развития стратагемной мысли в истории.

Во-первых, в отличие от древних европейских текстов, например труда римского полководца и ученого Фронтин [6] в I веке н. э. или греко-римского автора середины II века н. э. Полиэна [7] из Македонии, история открытия в XX веке и обретения популярности труда «36 стратагем» более запутанная и мифологизированная. Более того, пояснения и комментарии к стратагемам из «Книги перемен», Конфуция и других мыслителей (в том числе, переводчиков на европейские языки) еще больше запутывают толкование стратагем. Как отмечает А. Марчук [8] в 1941 году в книжной лавке уезда Биньчжоу был найден сборник старинных рецептов долголетия, к которому был прикреплен текст «Книга Тридцати шести стратагем». Авторство, год издания и другие детали появления данного труда до сих пор представляют предмет дискуссий ученых, однако, вероятным автором трактата считают великого китайского генерала Тань Даоцзы, жившего в V веке н.э. Биография данного исторического деятеля сама по себе выглядит как легенда: один самых прославленных генералов эпохи Южных и Северных Династий принимал непосредственное участие в переворотах, занимая высокие посты при трех императорах. В России именно перевод В. В. Малявина [9] «36 стратагем» стал широко известен в 90-х годах XX века [10].

Во-вторых, даже в более поздних трудах европейской стратагемной мысли военные хитрости и уловки представляют собой сборник исторических примеров («кейсов»), как это дано в работе, например, Фронтин, где опыт хитростей обсуждается на примерах поступков божеств и героев (Дионис, Пана, Геракл, Тесей) и заканчивается примерами реальных полководцев (например, Александра Македонского). Не менее известные работы А. В. Суворова «Наука побеждать» [11], К. фон Клаузевица «О войне» [12], Б. Г. Лиддел Гарта «Стратегия непрямых действий» [13] демонстрируют системный взгляд на вопрос принятия решений руководителем, учет одновременно и целей всех участников, и средств. При этом под средствами понимается не только ресурсы двух противоборствующих сторон, но и образ противника (личность) и сама ситуация. Следовательно, учитываются личностные особенности руководителя и его команды (мотивация руководителя и команды; навыки руководителя, в том числе, «глазомер» по А. В. Суворову), имеющиеся ресурсы (которые могут переходить от одной стороны к другой), образ противника (его таланты и цели), ситуация (и ее пространственно-временное описание), а также скорость принятия и нестандартность управленческого решения, которое есть производная от всех предыдущих параметров. Однако в данных работах по-

казаны скорее структурные основы, блоки стратегической мысли руководителя, а не конкретные функциональные модели (паттерны) поведения.

Привлекательность «36 стратагем» вызвана именно тем, что там дано одновременно максимально приближенное к реальности и обобщенное описание моделей типичных ситуаций принятия решений военачальником. Основанием для классификации данных стратагем является отношение, которое возникает при оценке всех параметров модели: ресурсов и сил. Отсюда появляются группы стратагем (по 6 на каждую): стратагемы победоносных сражений, стратагемы сражений равных противников, стратагемы наступательных сражений, стратагемы междоусобных сражений, стратагемы сражений вместе с союзником, стратагемы проигрышных сражений.

В-третьих, как отмечает А. С. Марчук [8], китайские стратагемы можно комбинировать: т. е. применение стратагем подобно азбуке. Каждая стратагема представляет собой сложную описательную систему: это расклад, который можно охарактеризовать по схеме «собственная ситуация и личность - ситуация и личность противника - ситуация внешняя (ресурсы во времени и пространстве, неконтролируемые переменные, случайные переменные)». Более того, стратагемное мышление подразумевает сочетание подобных раскладов. Подобное виденье стратагемного мышления и есть системное мышление в действии, т. е. моделирование ситуации, ее описание, объяснение и прогноз.

Р. Стернберг отмечает, что понимание практического интеллекта военных лидеров может быть основано на нескольких подходах: на особенностях личности (популярный до 1940-х гг. подход), на поведенческих особенностях (популярный в 1950-х и 1960-х гг. подход), на ситуации (популярный с конца 1960-х до начала 1980-х гг. подход), на отношениях (трансформационный подход, появившейся на рубеже 90-х гг.). Р. Стернберг отмечает, что именно неявные знания (т. е. в нашей терминологии – стратагемное мышление) являются основой успеха руководства. Неявные знания (в краткой интерпретации) включают знания об управлении собой, навыки поиска проблем и решений, управлении другими людьми, знания ситуации.

Таким образом, с точки зрения психологической трактовки описание практического ума полководца в древних трактатах и работах современных авторов отличается удивительным созвучием. Труды древних мыслителей (например, «Искусство войны» Сунь-Цзы или «Стратагемь» Полиэна) содержат базовые основы стратагемного мышления: собственная ситуация и личность - ситуация и личность противника - ситуация внешняя (ресурсы во времени и пространстве, неконтролируемые переменные, случайные переменные). Более того, и в классических трудах (Лю Шао), и в более современных работах (А. В. Суворова) присутствует акцент на всю личность военачальника (а не только на отдельные его когнитивные, волевые, мотивационные черты личности).

Часть работ по стратагемному мышлению дает общее описание данного мышления, однако, трактат «36 стратагем» отличается тем, что предлагает типичные схемы, модели распознавания ситуации и реакции на нее, т. е. связывает внешний и внутренний план мышления военачальников, абстрактное и конкретно-практическое. Именно поэтому в современной трактовке данный трактат, например, в работе Х. фон Зенгера [14] рассматривается как инструмент не только военачальников, но и руководителей бизнеса, специалистов в сфере коммуникаций.

Список используемых источников

1. Белова Е. В. Формирование системного мышления и лидерских компетенций у студентов и аспирантов технических вузов: монография // СПб.: СПбГУТ, 2018. – 198 с.
2. Макиавелли Н. Государь. Искусство войны // М.: АСТ: Астрель, 2010. – 442 с.
3. Сунь-Цзы. Искусство войны // М.: Эксмо, 2023. – 416 с.
4. Теплов В. М. Ум полководца // М.: Педагогика, 1990. – 203 с.
5. Стернберг Р. Дж., Форсайт Дж. Б., Хедланд Д. Практический интеллект // СПб.: Питер, 2002. – 265 с.
6. Фронтин С. Ю. Военные хитрости: Стратегемы // СПб.: Алетейя, 1996. – 228 с.
7. Полиэн. Стратегемы // СПб.: Евразия, 2002. – 606 с.
8. Марчук А. С. Хитрый как лис, ловкий как тигр. 36 китайских стратагем, которые научат выходить победителем // М.: Эксмо, 2023. – 304 с.
9. Тридцать шесть стратагем: Кит. секреты успеха // М.: Белые альвы, 1997. – 185 с.
10. Воеводин А. И. Стратегемы: Стратегии войны, манипуляции, обмана // М.: Белые альвы, 2003. – 255 с.
11. Суворов А. В. Наука побеждать // СПб.: Азбука, 2015. – 252 с.
12. Клаузевиц К. О войне // М.: Эксмо; СПб.: Мидгард, 2007. – 861 с.
13. Лиддел Гарт Б. Г. Стратегия не прямых действий // М.: Астрель; Владимир: ВКТ, 2012. – 508 с.
14. Зенгер Х. Стратегемы: о китайском искусстве жить и выживать // М.: Эксмо, 2014. – 1037 с.

STRATAGEM THINKING: HISTORICAL, MANAGERIAL AND PSYCHOLOGICAL ASPECTS

E. Belova

The article examines the phenomenon of stratagem thinking and the use of stratagems in management practice through the prism of historical, psychological development of leadership thought in the military, political and business spheres. A brief history of European and Eastern stratagematics is given, as well as a description of stratagem thinking as a psychological phenomenon. A comparison of stratagem thinking, practical thinking and the "mind of a commander" according to V. M. Teplov is given. The use of stratagem thinking and stratagems in interpersonal communication, managerial activity as a manifestation of leadership giftedness is discussed.

Key words: stratagems, stratagem thinking, "commander's mind", practical intelligence, leadership giftedness.

Сведения об авторе

БЕЛОВА Елизавета Васильевна – кандидат психологических наук, доцент, доцент кафедры социально-политических наук, Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича, (г. Санкт-Петербург, Россия), limax3@yandex.ru

УДК 123.1

НЕГАТИВНОЕ ПОНИМАНИЕ СВОБОДЫ: ИСТОКИ И СОВРЕМЕННОСТЬ

С. В. Бусов

Рассматривается одна из исторических и философско-идеологических характеристик свободы – отрицательная или негативная свобода. Одной из основ такой свободы является приоритет индивидуальной свободы перед формами ответственности индивида перед обществом, иначе говоря, приоритет прав перед обязанностями. Истоки идеи негативной свободы обнаруживаются в античном наследии киников и римских стоиков. Независимость индивида от социума, к чему стремится разумный человек, согласно античным авторам, может компенсироваться его зависимостью от Природы и наоборот. Для Д.-С. Милля и, в особенности, для Ф. Хайека, а также представителей новейших западных идеологий главный принцип либерализма – высшая ценность индивидуальной свободы – может утверждаться не столько за счет игнорирования общества, как продукта общественного договора, сколько за счет природы, причем, в реестр природы могут войти все другие страны и цивилизации за пределами Западной цивилизации и США.

Ключевые слова: негативная свобода, индивид, социум, стоицизм, кинизм, либерализм.

Признание человеком зависимости от внешних обстоятельств при отсутствии внешнего принуждения, где при этом ширится мотивировка сопротивления внешним факторам, ведущая, в частности, к отказу от желаний – такова (одна из ряда) интерпретация идеи *негативной свободы*. Принудить человека – значит лишить его свободы в области, где человек по своей воле свободно совершает свой выбор. В сопротивление этой тенденции возрастает приоритетность индивидуальной свободы в сравнении с ответственностью перед обществом. По Гегелю, отрицательная свобода чревата стать «фурией разрушения». «Лишь разрушая что-либо, эта отрицательная воля чувствует себя существующей <...> она не хочет позитивной действительности... ибо такая действительность тотчас же установит какой-либо порядок, ограничивающий ее, какое-либо обособление как учреждений, так и индивидов, а между тем именно из уничтожения этого обособления и объективной определенности возникает самосознание этой отрицательной свободы» [1, с. 71]. И чтобы снизить *социально-разрушительный* импульс такой свободы, по нашему мнению, еще античные стоики ввели этический элемент *покорности* порядкам Природы в противоположность независимости индивида от общества и от его порядков.

Согласно римскому стоику *Эпиктету* (50–140), все, от чего мы зависим, делает нас несвободными; зависим же мы от вещей, других людей, даже от своего собственного тела, потому свободна лишь наша душа и ее желания. Человек свободен лишь тогда, когда он ни от чего не зависит, поскольку ничего не желает. Независимость от социума может компенсироваться зависимостью от Природы и наоборот. Поскольку природа выше социума, то разумное «следование Природе» делает человека, отчасти, независимым от социу-

ма. «Разумный человек всегда живет так, как он хочет, и никто на свете не может ему в этом помешать, потому что он только того и желает, что возможно получить. И потому разумный человек свободен» [2, с. 231]. Получается, что свободен лишь тот, кто может распоряжаться своими желаниями, сформированными социумом. Здесь он приводит пример такой свободы, говоря о *Диогене Синопском* (400–323 г. до н.э.), который «свободен не потому, что родился от свободных родителей (они были несвободны), а потому, что освободил себя от привязанности ко всему, что ведет человека к рабству...» [2, с. 241]. В завершении своих размышлений о свободе Эпиктет заключает, что «не удовлетворением своих праздных желаний достигается свобода, но, наоборот, избавлением себя от таких желаний» [2, с. 241]. Если выбором должны двигать желания, то от них надо избавляться. Автономность выбора обусловлена внутренним духом, свобода которого выковывается в жестком противостоянии внешнему – как соблазняющему, так и пугающему социальному миру.

Перед нами этика *кинизма* – сведение общего блага к частному. Благо есть собственное благо каждого человека – это не вещи, не здоровье, не внешняя свобода и даже не сама жизнь, так как все это могут в любую минуту у нас отнять. Подлинно же собственное – это *внутренняя свобода* человека, свобода от всего внешнего, воздержание от наслаждений и нечувствительность к страданию. Природа определяет тот минимум, в котором нуждается человек, она тем самым служит достаточным критерием нравственного поведения. «Живи согласно природе, живи согласно разуму» - учили киники. Они отказывались от удовольствий, общественной и семейной жизни, считая, что этим только и можно достигнуть внутренней свободы, в которой заключается счастье. Диоген Лаэртский писал, что сам великий Александр, обратившись к Диогену Синопскому с предложением, что он мог бы для него сделать, получил ответ: «Отойди, не заслоняй мне солнце» [3, с. 325]. Однако свобода киников, скорее, мнимая, не несущая с собой никакой ответственности. Киники, как и стоики, в своей субъективной оценке полагают, что повышение ответственности (системы норм и правил поведения в обществе, определяющих акт индивидуального выбора) есть несвобода. Пафос их философии сводится к отстаиванию права индивида на индивидуальный выбор. Такая позиция, конечно, имеет высокую историческую оценку – она для того времени чрезвычайно важна. Ответственность противостоит свободе, она угнетает, она невыносимо тяжела, от нее хочется избавиться, убежать, не понимая при этом, что это «бегство от свободы». Следуя советам Эпиктета, человеку надо освободиться от привязанности к богатству, славе, почестям, так как все это не есть его собственность, т. е. отказаться от тех ресурсов, которые обеспечивают социальную независимость индивида, суверенность его выбора.

В «Системе логики» *Дж.-Ст. Милль* (1806–1873), который был подлинным последователем Локка, но также, как и Эпиктет, придавал большое значение проблеме индивидуальной свободы, рассматривает вопрос о соотношении свободы и необходимости. Приложим ли закон причинности к человеческим действиям в том же строгом смысле, как и к другим явлениям? Таким вопросом он задается и, как сторонник Локка, видит детерминизм в поступках человека: если мы в совершенстве знаем человека и его побуждения, то мы можем точно предсказать его поведение. Склоняясь к позиции Д. Юма и считая, что причина поступков в единообразии порядка, он пишет: «В при-

ложении к воле оно (т. е. единообразие порядка. – С. Б.) обозначает только то, что за такую-то причиной последует такое-то действие, если ему не окажет противодействие никакая другая причина...» [4, с. 679]. Если человеческие поступки происходят по необходимости, то они непременно будут совершаться. Признавая зависимость от внешних причин (как социальных, так и природных), Милль отстаивает свободу желаний, при этом мотивационная усложненность, к которой он апеллирует, как раз свидетельствует в пользу свободы воли и против фатализма, к которому неизбежно скатывались кинизм и римский стоицизм.

Внешней силой, определяющей свободу индивида, Милль признает более общество, чем природу. В эссе «О свободе» он пишет: «Предмет этого эссе не так называемая свобода воли, столь неудачно противопоставляемая доктрине философской необходимости, а гражданская, или социальная свобода; сущность и пределы власти, которую общество вправе осуществлять над личностью» [5, с. 10]. С большей полнотой проявляется мотив ответственности человека перед обществом, тогда как перед абстрактной природой никакой ответственности быть не может. Миллем проводится мысль, что тирания общества в лице правительства или даже в лице общественного мнения на порядок могущественнее «тирании» природных стихий. Никто не вправе принуждать индивидуума что-либо делать или что-либо не делать, на том основании, что от этого ему самому было бы лучше, или, что от этого он сделался бы счастливее. «Та сфера человеческой жизни, которая имеет непосредственное отношение только к самому индивидууму и есть сфера индивидуальной свободы» [6, с. 213]. Сюда относится, во-первых, свобода совести, абсолютная свобода мысли, чувства, мнения касательно различных предметов; во-вторых, свобода выбора и следования той или иной цели, свобода устраивать свою жизнь сообразно со своим личным характером и по своему личному усмотрению; в-третьих, свобода действовать сообща с другими индивидуумами, соединяться с ними для достижения какой-либо цели, которая не вредна другим людям. Основной силой, унифицирующей мир индивидуумов, является «тирания общественного мнения». Индивидуальность для Милля самоценна, даже если она стремится не к лучшему, а к худшему. Такова суть той либеральной идеи, которую отстаивали до него Локк и Руссо, и которая, по мнению ее сторонников, является основой социального прогресса.

Идеология западного либерализма, выразителем которой в XX в. был *Фридрих А. фон Хайек* (1899–1992), провозглашает «ценностью всех ценностей» свободу, с которой должны быть согласованы остальные ценности и, прежде всего, ограничение государственной власти («разрешено все, что не запрещено законом»). Принцип классического либерализма – это «власть закона», при этом либерализм требует от закона не только всеобщности и равенства, но и защиты от принуждения. Свобода и отсутствие какого-либо принуждения, по Хайеку, одно и то же. По его мнению, «ценность индивидуальной свободы основана, прежде всего, на признании нашего невежества, то есть того, что большинство факторов, от которых зависит реализация наших целей, нам неизвестна. Свобода имеет место только тогда, когда есть место непредсказуемому. Именно из принципиальной неопределенности возникает возможность для достижения наших целей» [7, с. 48]. На фоне возникшего хаоса, по мнению Хайека, возникает особый спонтанный порядок.

Это порядок, введенный рынком, действующим по нормам частной собственности, договорной ответственности и взаимным обязательствам. «Для свободного общества характерно отсутствие общепринятой иерархии целей. Именно непризнание общих целей является заслугой рыночного порядка, ибо это делает людей по-настоящему свободными, ибо каждый сам выбирает свою цель» [7, с. 56]. Таков глобальный тип порядка, который превосходит любую форму сознательной организации. У такой системы нет конкретных содержательных целей, но она дает возможность каждому преследовать собственные цели. Хайек сделал вывод, что именно унифицированные ценности – главное препятствие для достижения целей в рамках «открытого общества» (К. Поппер). Впрочем, современные западные идеологи и политики выбрали несколько иной путь: ценности (нормы, традиции, национальные привычки), которые делают уникальными каждый народ и каждого человека, объявили «главным препятствием» для достижения политических, экономических, идеологических целей транснациональных корпораций и политических западных элит, проявляя «европоцентризм» или «западоцентризм». Более того, если принять во внимание, что США ведет себя, как особая, отдельная, исторически сложившаяся цивилизация, то ее цивилизационный «эгоизм» выливается в характеристику отрицательной свободы как «фурии разрушения» (Г. Гегель). Для такого рода либеральной идеологии важны лишь собственные цивилизационные интересы, тогда как все другие цивилизации становятся просто «природой», источником ресурсов и никакой ответственности перед такой «внешней» природой цивилизация США не несет.

Хайек сетовал на то, что во многих странах все большее распространение получила практика, приведшая к тому, что свободы отдельного человека стало меньше, зато выросла свобода «планирующих органов» делать с обществом все, что они пожелают. «Это смешение свободы с властью, доведенное до абсурда» [8, с. 106]. Как ни странно, но сегодня эти сетования Хайека больше подходят к характеристике США и Запада в целом, чем к России или Китаю.

Список использованных источников

1. Гегель Г.В.Ф. Философия права. М.: Мысль, 1990. – 524 с.
2. Эпиктет. В чем наше благо? Избранные мысли римского мудреца // Римские стоики: Сенека, Эпиктет, Марк Аврелий / Вступ. ст., сост., подгот. текста В. В. Сапова. М.: Республика, 1995. – 192 с.
3. Диоген Лаэртский. О жизни, учениях и изречениях знаменитых философов / 2-е изд., исправленное и дополненное. М.: Мысль, 1986. – 380 с.
4. Милль Дж. Ст. Система логики силлогистической и индуктивной. Изложение принципов доказательства и связи с методами научного исследования / Пер. с 10-го англ. изд. под ред. и с предисл. В.Н. Ивановского. М.: Магазин «Книжное дело», 1900. – 832 с.
5. Милль Дж. О свободе. Пер. с англ. А. Фридмана // Наука и жизнь. 1993. No 11. с. 10–15.
6. Милль Дж. Утилитарианизм. О свободе / Пер. с англ. А.Н. Невдомского. СПб.: Издание книгопродавца И. П. Перезвонникова, 1900. – 427 с.
7. Хайек Фридрих фон А. Познание, конкуренция и свобода. СПб.: Пневма, 1999. – 288 с.
8. Хайек Фридрих фон А. Дорога к рабству. Вопросы философии. 1990. No 12.

NEGATIVE UNDERSTANDING OF FREEDOM: ORIGINS AND MODERNITY

S. Busov

One of the historical and philosophical-ideological characteristics of freedom is considered – negative or negative freedom. One of the foundations of such freedom is the priority of individual freedom over the forms of individual responsibility to society, in other words, the priority of rights over duties. The origins of the idea of negative freedom are found in the ancient heritage of the Cynics and Roman Stoics. The independence of an individual from society, which a reasonable person aspires to, according to ancient authors, can be compensated by his dependence on Nature and vice versa. For D.-S. Mill and, in particular, for F. Hayek, as well as representatives of the latest Western ideologies, the main principle of liberalism – the highest value of individual freedom – can be asserted not so much by ignoring society as a product of a social contract, but at the expense of nature, moreover, all other countries and civilizations outside Western civilization and the United States can enter the register of nature.

Keywords: negative freedom, individual, society, stoicism, cynicism, liberalism.

Сведения об авторе

БУСОВ Сергей Васильевич – кандидат философских наук, доцент кафедры социально-политических наук, Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича, (г. Санкт-Петербург, Россия), swbusoff@mail.ru

УДК 378.5

РОЛЬ ЭЛЕКТРОННЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ РЕСУРСОВ В ФОРМИРОВАНИИ НАВЫКОВ КОММУНИКАЦИИ В ВОЕННОМ ВУЗЕ

О. В. Евдокимова

В статье описаны особенности применения электронных образовательных ресурсов в военном вузе. Представлен опыт мультимедийных средств обучения по дисциплинам гуманитарного цикла, раскрыта роль электронных учебников, обозначены достоинства обучающих программ и видеолекций в учебном процессе в формировании навыков коммуникации у курсантов.

Ключевые слова: коммуникация, курсанты, педагогика, программа, лекции.

26 июня 2023 года исполнилось 80 лет со дня основания Пензенского филиала Военной академии материально-технического обеспечения имени генерала армии А. В. Хрулёва, имеющего богатую историю и славные традиции. Пензенский артиллерийский инженерный институт – это фундамент подготовки военных специалистов ракетно-артиллерийского вооружения. В соответствии с решаемыми задачами неоднократно менялось название учебного заведения, но всегда неизменно сохранялись и приумножались лучшие традиции обучения и воспитания военных кадров.

На современном этапе развития системы военного образования цифровизация затрагивает ключевые её сферы. Мы стремимся к повышению качества материально-технической базы образовательных организаций Министерства обороны РФ, к разработке эффективного программного обеспечения, к качественно изменению системы управления образовательным процессом [1].

Одним из ведущих направлений организации образовательного процесса в нашем вузе является применение фасилитационного подхода. Он объективно способствует созданию эффективных условий для развития мировоззрения курсантов, их коммуникативных и презентативных навыков, а также развитию психологических и морально-политических качеств.

В рамках кафедры военно-политической работы в войсках (силах) используются следующие электронные информационно-образовательные средства в процессе преподавания дисциплин социально-гуманитарного цикла:

1. Мультимедийные презентации как наиболее известное средство и эффективный метод представления учебной информации.

2. Дидактические материалы как совокупность задач, упражнений, кейс-ситуаций, представленных в электронном формате, для формирования определённого комплекса компетенций.

3. Системы контроля знаний, позволяющие достаточно быстро осуществить проверку знаний курсантов и автоматически представить результат тестирования.

4. Электронные учебники, предлагающие необходимый материал по конкретной дисциплине для подготовки к различным видам занятий.

5. Обучающие игры как интерактивное средство для активизации познавательной деятельности курсантов, развития критического мышления, коммуникативных и презентационных навыков.

6. Обучающие программы для оптимизации учебной деятельности и более эффективного усвоения материала.

7. Видеолекции, которые позволяют создать необходимую мультисенсорную образовательную доступную среду для повышения качества усвоения учебной информации.

8. Специальное программное обеспечение «Образование-МО» как инструмент, создающий цифровую информационную среду, организующую образовательную деятельность военных вузов.

Информационно-коммуникационные технологии способствуют повышению познавательной активности обучения, развитию критического мышления, позволяют сэкономить учебное время, вырабатывать инициативное отношение к поиску и использованию учебной информации, развивать исследовательский опыт, презентационные и коммуникативные навыки; а интерактивность и мультимедийная наглядность наилучшим образом представляет информацию, что способствует лучшему усвоению материала и повышению качества обучения.

В военно-образовательной среде достаточно широко используются обучающие электронные учебники, программы и видеолекции. Они выступают важными средствами развития коммуникационных и презентативных навыков у курсантов.

Сегодня электронный учебник определяют как совокупность текстовой, графической, цифровой, музыкальной, речевой, видео-, фото- и другой информации. Он может использоваться как в качестве источника информации, так и инструмента для выполнения практических работ, письменных заданий и т. п., закрепления или проверки пройденного материала, поскольку обладает базой тестовых заданий с автоматической проверкой. Информационно-коммуникационные технологии способствуют повышению познавательной активности обучения, развитию критического мышления, позволяют сэкономить учебное время, вырабатывать инициативное отношение к поиску и использованию учебной информации, развивать исследовательский опыт, презентационные и коммуникативные навыки; а интерактивность и мультимедийная наглядность наилучшим образом представляет информацию, что способствует лучшему усвоению материала и повышению качества обучения.

Электронный учебник по дисциплине по дисциплине «Философия» представляет собой электронное мультимедийное издание с элементами интерактивности информационных блоков, которое позволяет обеспечить высокий уровень наглядности и иллюстративности.

Он дает возможность осуществлять практически полный цикл необходимых обучающих процедур на всех видах занятий (лекциях, семинарах, практических занятиях).

Безусловно, в современной информационной эпохе технические образовательные ресурсы занимают важное место в развитии системы образования, однако не центральное, а выступают в качестве вспомогательного инструмента.

Проектирование учебных занятий требует точного и детального совершенствования педагогического мастерства преподавательского состава, отражая новые подходы и современные тенденции в развитии военного образования. Обучающие программы дают весомые возможности общения всех участников образовательного процесса через обогащение опыта эмоционально-ценностного отношения к избранной профессии и Отечеству; они совершенствуют самовоспитание и саморазвитие, стимулируют непрерывный профессиональный рост курсантов.



Рис. 1. Проблема патриотизма вчера и сегодня.

Работая на занятиях по учебной дисциплине «Психология и педагогика», мы применяем электронную образовательную программу «Патриотизм». На 1 и 2 рисунках показаны фрагменты этого программного продукта. Обучающиеся могут без труда погрузиться в основные разделы, под руководством преподавателя строить коммуникацию на тему «Что такое патриотизм».

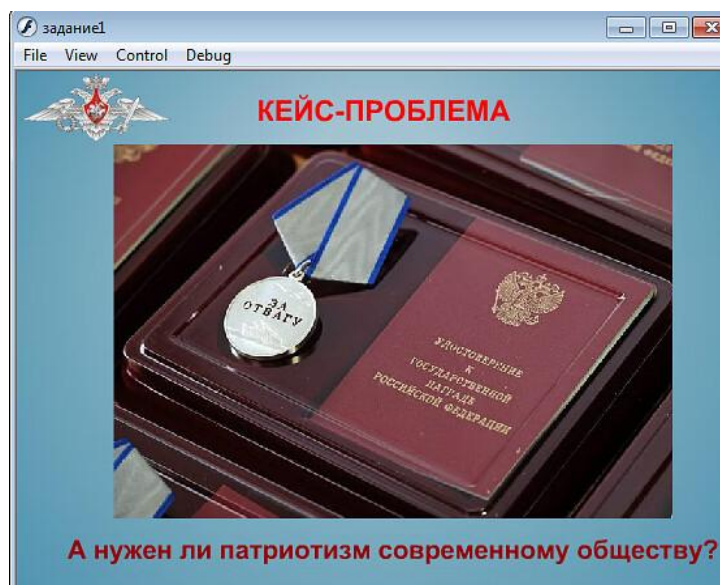


Рис. 2. Кейс-задания в образовательном пространстве военного вуза

Вклады программы содержат как обучающие, так и контролирующие составляющие, например, кейс-ситуацию с проблемно-эвристическим вопросом (А нужен ли патриотизм современному обществу?). Курсанты должны в короткий промежуток времени опровергнуть или доказать роль патриотизма на современном этапе, на международной арене, а также в рамках развития Российского государства. Данная работа способствует развитию коммуникативных и презентативных навыков, формированию убеждений, позиций, анализу социолого-политической литературы.

Отдельно выделим применение видеолекций в ходе подготовки обучающихся в военном вузе.

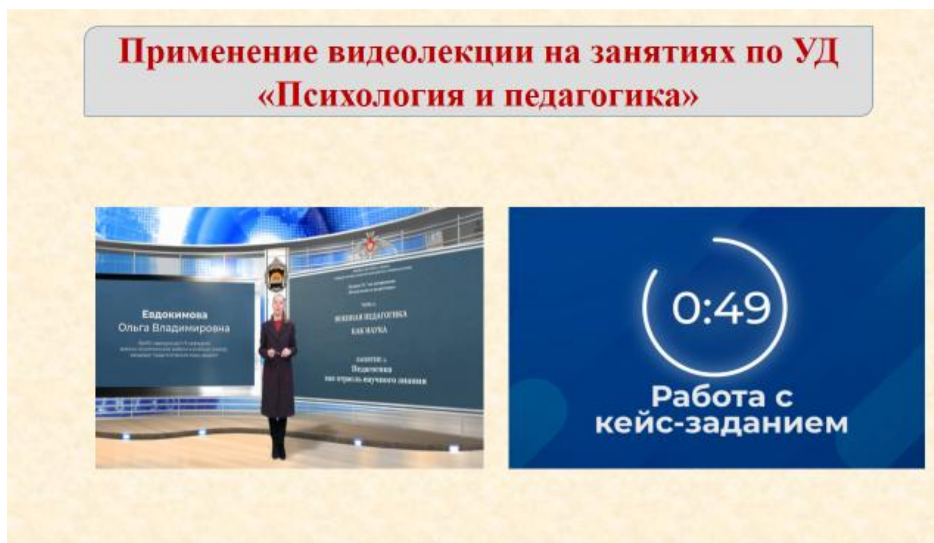


Рис. 3. Материалы видеолекции для занятий по УД «Психология и педагогика»

Пандемия коронавирусной инфекции открыла обновленный способ подачи информации обучающимся через видеолекции. В филиале Военной академии материально-технического обеспечения имени генерала армии А. В. Хрулёва (г. Пенза) создан банк разработок по ведущим дисциплинам вуза. Эти методические средства вызывают большой интерес у курсантов, преподавателей и офицеров-наставников. Подобный формат обучения предусматривает обратную связь, регулирующую скорость просмотра, работу над формированием творческой инициативы и навыков самостоятельной работы.

Применяя в работе видеолекции, обучающие программы, электронные учебные издания и программу «Образование – МО» мы организуем взаимодействие в координатах «преподаватель – курсант» и «курсант – курсант». Все это предусматривает моделирование жизненных ситуаций, взаимодействие, обмен информацией, использование ролевых игр, совместное нахождение решения проблем. В атмосфере взаимной поддержки идет получение новых знаний, развитие познавательной деятельности [3]. Исключается доминирование какого-либо участника учебного процесса или какой-либо идеи. Из «объекта воздействия» курсант становится субъектом взаимодействия: он сам активно участвует в процессе обучения, следуя своим индивидуальным маршрутом.

Список использованных источников

1. Евдокимова О. В. Педагогика // Пенза: ПГУ, 2019. – 250 с.
2. Евдокимова О. В., Пономарёва О. Н., Грачёв И. И. Формирование общекультурных компетенций в военных образовательных организациях высшего образования Министерства обороны Российской Федерации // Пенза: Изд-во ПГУ, 2015. – 320 с.

**THE ROLE OF ELECTRONIC EDUCATIONAL RESOURCES
IN THE FORMATION OF SKILLS COMMUNICATIONS IN
A MILITARY UNIVERSITY**

O. Evdokimova

The article describes the features of the use of electronic educational resources in a military university. The experience of multimedia teaching tools in the disciplines of the humanities cycle is presented, the role of electronic textbooks is revealed, the advantages of training programs and video lectures in the educational process in the formation of communication skills among cadets are indicated.

Keywords: communication, cadets, pedagogy, program, lectures.

Сведения об авторе

ЕВДОКИМОВА Ольга Владимировна – кандидат педагогических наук, доцент, профессор Академии военных наук, филиал Военной академии материально-технического обеспечения имени генерала армии А. В. Хрулёва в г. Пензе, (г. Пенза, Россия), alterian@mail.ru

УДК 32.019.5

ИЗДАТЕЛЬСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ЖЕНСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ В СОВРЕМЕННОЙ ТУРЦИИ

Р. А. Жадан

В данной статье анализируется издательская деятельность женских организаций в современной Турции. Приводится детальное описание ныне издающихся журналов и книг о феминизме и женских правах.

Ключевые слова: феминизм, Турция, издательская деятельность, исламские женщины, женское движение.

Женское движение в современной Турции активно задействовано в кампаниях против насилия в отношении женщин, защите права женщин на образование и трудовую занятость, а также борется за изменение законодательства в сфере семейных отношений [1]. Насилие в семье, а также ущемление права женщин на участие в политической и общественной жизни стали серьезными проблемами в современном турецком обществе. Как сказала в интервью The Guardian турецкая писательница Элиф Шафак [2], в Турции «мужчины пишут, женщины читают». По этому высказыванию можно понять, насколько небольшую роль играют женщины в современной Турции.

Издательская деятельность в современной Турции - один из основных инструментов распространения информации о феминизме и женском движении в целом. Такая форма распространения помогает женщинам выдвигать и выражать свои идеи, делиться опытом и советами для тех, кто сталкивается с проблемами. Сегодня в Турции существует целая группа периодических и непериодических изданий, имеющих отношение к женскому движению и «женскому вопросу».

Журнал «Kadınca» (По-женски) – один из известных журналов в Турции, предлагающий широкий спектр статей и интервью, затрагивающие такие темы, как равноправие полов, сексуальность, бодипозитив и другие важные вопросы. В онлайн журнале также есть информация про спорт (йога, медитация), которая доступна для каждого человека.

Журнал «Amargi» (Возвращение к матери) – это турецкий феминистский журнал. Название журнала происходит от древнеассирийского термина «амарги», что означает «возвращение к матери» Публикует различные материалы (интервью с экспертами и активистками) и статьи о женских правах и проблемах в современной Турции. Журнал «Amargi» играет важную роль в борьбе за права женщин в современной Турции.

Журнал «Kadın ve Aile» (Женщина и семья) занимается освещением тем, связанных с женщинами и семьей. В нем рассматриваются вопросы, которые тесно связаны с женским здоровьем, карьерой женщин, защитой прав женщин и детей, а также другими важными аспектами жизни женщин и их роли в обществе. Авторы журнала дают рекомендации и советы от специалистов для женщин, чтобы помочь им достичь равноправия и счастья в семейной и профессиональной сферах.

Наконец, журнал «Birikim» (Накопление), который нельзя назвать собственно феминистским, в то же время регулярно публикует статьи и информацию о женском движении от известных зарубежных и турецких авторов, женских правах и гендерных вопросах. Он является важным источником информации и точкой отсчета для многих активистов и общественных деятелей.

Периодичность перечисленных журналов различна. Некоторые из них выходят ежемесячно, а другие – ежеквартально или даже ежегодно (см. таблицу 1).

Таблица 1

Сводная таблица периодических изданий.

Наименование	Тип издания	Год создания	Периодичность	Сайт
Kadınca	Журнал	1994	Ежемесячно	https://www.kadınca.com
Amargi	Журнал	2007	Ежемесячно	http://www.amargidergi.com/yeni/
Kadın ve Aile	Журнал	?	Ежемесячно	https://kadinveaile.com
Birikim	Журнал	1977	Ежеквартально	https://birikimdergisi.com

К наиболее заметным периодическим изданиям, связанным с проблемами женщин современной Турции, относятся книги, написанные турецкими феминистками и профеминистски настроенными авторами, которые анализируют феминистские и гендерные вопросы в Турции.

Первая работа – Асуман О. К. «Активизм и Женские НГО в Турции: гражданское общества, феминизм и политика» [3]. (Asuman Ö. K. «Activism and Women's NGOs in Turkey: Civil Society, Feminism and Politics»). Книга предлагает социо-экономический анализ положения женщин в современной Турции, оценивая, как политика сочетает элементы неолиберализма и исламского консерватизма. Автор исследует то, как политическая ситуация в Турции влияет на активизм женщин, включая организацию протестов и митингов. Книга Асуман О. К. «Активизм и Женское НГО в Турции: гражданское общество: феминизм и политика» предоставляет обширный анализ активизма женщин в современной Турции.

Вторая работа – Гамзе Ч. «Женщины в Турции: Молчаливый консенсус в эпоху неолиберализма и исламского консерватизма» [4]. (Gamze Çavdar «Women in Turkey: Silent Consensus in the Age of Neoliberalism and Islamic Conservatism»). Гражданское общество рассматривается как мужское, структурированное таким образом, что исключает женщин из общественной и политической жизни. Автор вносит свой вклад в это исследование, утверждая, что гражданское общество – это спорная территория, где женщины могут вести переговоры и успешно бросать вызов доминирующим дискурсам в обществе. Книга основана на интервью с женщинами-активистами из десяти женских организаций Турции.

Третья работа - Айще Д. «Организованные мусульманские женщины в Турции». (Ayşe Dursun «Organized Muslim Women in Turkey») [5]. Эта книга исследует политику организованных мусульманок в Турции и анализирует их коалиции с другими – советскими феминистками, курдскими и т. д. Автор анализирует влияние религии на женское движения в Турции и как мусуль-

манские женщины используют свою веру в качестве основы для борьбы за свои права. Все эмпирические данные основаны на интервью с мусульманскими женщинами. Айше Дурсун также рассматривает различные организации и движения, такие как «Женская ассоциация Анатолии» и «Женская ассоциация Ислама», и исследует их цели, стратегии и достижения.

Наконец, еще одна работа - Щирин Т. «Женщины в современном турецком обществе». (Şirin Tekeli «Women in Modern Turkish Society»). Автор анализирует различные аспекты жизни женщин в Турецком обществе, начиная с правления Ататюрка, включая социальные, политические и экономические изменения, которые повлияли на их статус и права. В данной книге также рассматриваются роль религии и идеологии на положение женщин в турецком обществе. Щирин Текели обсуждает различные проблемы и роль феминизма в турецком обществе. Книга до сих пор издается на разных языках [6].

Социальные сети играют значительную роль в женском движении в Турции. Во-первых, они предоставляют возможность женщинам обмениваться информацией с другими международными организациями, а также они используют социальные сети для митингов и шествий. Во-вторых, женщины по всей Турции в 2020 году участвовали в кампании «Challenge accepted» [7], которая стала вирусной в социальных сетях. Они публиковали черные фотографии, используя хэштег #Challengeaccepted, чтобы поддержать борьбу за равноправие и женщин, которые оказались в сложных ситуациях. В-третьих, в социальной сети Instagram¹ существует немалое количество популярных блогов на тему феминизма в современной Турции. Например, в блоге @feminizm_tr (388 000 подписчиков) публикуются посты про тематические митинги, а также анонсы различных мероприятий, новости.

Итак, издательская деятельность играет важную роль в женском движении в современной Турции. Во-первых, женские организации активно занимаются издательской деятельностью, выпуская книги, журналы и брошюры. Во-вторых, они используют издания для пропаганды своих идей и образования женщин. В-третьих, способствуют формированию общественного мнения о необходимости борьбы за равноправие. И наконец, издательская деятельность способствует объединению женских организаций, что повышает эффективность их борьбы за права женщин в Турции. Однако большинство организаций не могут себе позволить дополнительные инструменты для доступности и расширения целевой аудитории, так как возникают финансовые трудности. Помимо издательской деятельности, большинство женских организаций используют социальные сети для выражения своих мнений и борьбы за свои права в современной Турции, таким образом, освещают различные проблемы не только на локальном уровне, но и на международном.

¹ * Принадлежит компании Meta Platforms, Inc., которая признана (решение Тверского суда Москвы от 21.03.2022) экстремистской организацией, ее деятельность на территории России запрещена.

Список использованных источников

1. Адаян Т. А. К вопросу о правовом статусе женщины в Турецкой Республике // Теория и практика общественного развития. – 2012. – №1. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-o-pravovom-statuse-zhenschiny-v-turetskoyrespublike> (дата обращения: 15.10.2023).
2. Elif Shafak: honour meet the author [electronic resource] // The Guardian. – URL: <https://www.theguardian.com/books/2012/apr/08/elif-shafak-honour-meet-the-author> (last request: 15.10.2023).
3. Асуман О. К. Активизм и Женское НПО в Турции: гражданское общество, феминизм и политика // М.: Routledge, 2019. – 200 с.
4. Гамзе Ч. Женщины в Турции: Молчаливый консенсус в эпоху неолиберализма и исламского консерватизма // М.: Routledge, 2019. – 220 с.
5. Айше Д. Организованные мусульманские женщины в Турции // М.: Palgrave Macmillan, 2022. – 341 с.
6. Щирин Т. Женщины в современном турецком обществе // М.: Zed books, 1994. – 336 с.
7. Challenge accepted Turkish feminists spell out real meaning of hashtag [electronic resource] // The Guardian. URL: <https://www.theguardian.com/world/2020/jul/31/challenge-accepted-turkish-feminists-spell-out-real-meaning-of-hashtag> (last request: 15.10.2023).

PUBLISHING ACTIVITIES OF WOMEN'S ORGANIZATIONS IN MODERN TURKEY

R. Zhadan

This article analyzes the publishing activities of women's organizations in modern Turkey. A detailed description of the currently published magazines and books on feminism and women's rights is provided.

Keywords: feminism, Turkey, publishing, Islamic women, women's movement.

Сведения об авторе

ЖАДАН Роман Алексеевич – студент группы ЗР-21М, Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича, (г. Санкт-Петербург, Россия), Zhadan_2000@bk.ru

УДК: 316.422

ГЛОБАЛИЗАЦИЯ VS МОДЕРНИЗАЦИЯ: ПАРАЛЛЕЛЬНЫЕ ПЕРЕСЕКАЮЩИЕСЯ (ЗАМЕТКИ ПО «НЕЕВКЛИДОВОЙ» СОЦИОЛОГИИ)

А. Ю. Завалишин

В статье проанализировано соотношение понятий «глобализация» и «модернизация». Сделан вывод о независимом протекании процессов глобализации и модернизации до середины XX века и возникновении взаимовлияния между ними с 1960-х годов по настоящее время. Рассмотрена возможность использования понятия «футуризация» вместо понятия «органическая модернизация». Описаны три сценария соотношения глобализации и модернизации в будущем.

Ключевые слова: глобализация, модернизация, органическая модернизация, неорганическая (догоняющая) модернизация, постмодернизация, неомодернизация, футуризация, центр, полупериферия, периферия.

Есть в науке некоторое количество понятий, которые, на первый взгляд, настолько самоочевидны, что не нуждаются в определениях. При этом, когда определения все-таки приходится давать, оказывается, что все совсем не так просто, и количество дефиниций часто просто зашкаливает. Хрестоматийный пример – понятие «культура», которое по разным оценкам имеет от 100 до примерно 500 разных смыслов, и при желании к ним, наверное, можно было бы добавить еще какие-нибудь [11, с. 10].

С полным основанием к таким «многозначаемым» понятиям относятся и «глобализация» с «модернизацией». Исследователи, занятые поиском некоторого единодушия в их понимании, часто с сожалением констатируют, что пока это невозможно, поскольку «в научном и общественно-бытовом сознании нет четкого понимания этой концепции (модернизации. – А. З.)» [25, с. 18], «хотя дискуссия по проблемам глобализации продолжается уже несколько десятилетий, единого, общепринятого определения термина «глобализация» до сих пор не существует» [6, с. 129–130]. Остается не до конца выясненным вопрос: это «недоработка» современной науки или проявление самой природы таких феноменов, которая и не предполагает возможности их «общепринятого определения»? Полагаем, что в данном случае, – второе.

Еще один вопрос, нуждающийся в предварительном уточнении, – существует ли корреляция между процессами глобализации и модернизации, либо каузальная связь между ними, которая позволила бы эксплицировать одно через другое? И если такой связи нет, корректно ли обсуждать эти понятия (и соответствующие им явления) в «паре», как если бы такая корреляция существовала? Попробуем разобраться.

Принято считать, что первым использовал термин «глобализация» (от лат. *globus* – «шар», «глобус») Карл Маркс в письме к Фридриху Энгельсу. Под глобализацией он понимал международную торговлю: «Теперь мировой рынок существует на самом деле. С выходом Калифорнии и Японии на мировой рынок глобализация свершилась» (цит. по: [1, с. 192]).

В середине XX века во Франции появилось понятие «мондиализация» (от фр. monde – мир) как франкоязычный аналог термина «глобализация», но в более узком (по сравнению с последним) значении – как проект создания мирового правительства, итог политической глобализации [24].

Притом, что условная «вторая волна» глобализации началась в 1960-е годы, научный и общественно-политический дискурс в ее отношении возник лишь во второй половине 1980-х годов, когда резко ускорился сам этот процесс, обострились старые и появились новые глобальные проблемы, стали множиться концепции и теории глобализации. Все последующие десятилетия конца XX – начала XXI века мало что изменили в понимании ее сущности, разве что умножили дефиниции [7; 13]. Начавшаяся в сфере экономики (точнее – международной торговли) столетия назад, сегодня глобализация охватывает все сферы жизни мирового сообщества, вовлекая в свою орбиту все страны и народы без исключения, независимо от того, хотят они этого или нет.

Отсюда проистекает идея принудительности глобализации, искусственности глобализационного проекта, который как бы «навязывается» странами-бенефициарами (прежде всего, США и другими ядерными державами, по терминологии И. Валлерстайна [2]) «третьим странам», порождает глобальное неравенство, глобальную эксплуатацию, глобальный терроризм и другие проблемы с предикатом «глобальный» [15]. Все это «льет воду» на мельницу антиглобалистам, и всякий раз, когда происходит очередной глобальный кризис (экономический, политический, топливно-энергетический, логистический и др.), порождает новые (а, фактически, старые) идеи о завершении глобализационного проекта, деглобализации, «конце знакомого нам мира» [3; 12].

Как известно, все процессы: и физические, и биологические, и социальные, – имеют волновую природу, которая, при всех их различиях, с неизбежностью предполагает последовательную смену подъема падением, за которым вновь следует подъем, как правило, на новый, более высокий уровень [14; 19]. В этом смысле нынешняя деглобализация, о которой говорили прежде, и много говорят в последнее время [22], является объективным и закономерным следствием спада очередной волны, который спровоцирован глобальными экономическими кризисами, затяжной пандемией, появлением новых горячих точек военного противостояния на планете. Но также очевидно, что за периодом деглобализации начнется новая, скорее всего, более мощная волна глобализации, и цикл повторится [4; 8].

Но вот что нельзя не признать. Глобализация, как любой социальный процесс, имеет плюсы и минусы, приобретения для одних мировых игроков и потери для других. Один из очевидных минусов глобализации – углубление социально-экономического неравенства между странами и народами.

И здесь перед нами открывается очевидный парадокс субъективного восприятия социальной реальности, вообще, и процесса глобализации, в частности. С одной стороны, социально-экономическое неравенство между индивидами, социальными группами, странами и регионами имеет объективную природу – оно было, есть и будет всегда. Это не только неизбежно проистекает из природно-географических, климатических, исторических, культурных различий, но, более того, является важнейшим условием социального прогресса, как такового. Если бы, гипотетически, не было этих различий (возникло «коммунистическое» глобальное равенство), исчез бы стимул для раз-

вития, началась стагнация, затем упадок и, в конце концов, появилось новое неравенство: цикл повторился. С другой стороны, неравенство, порожденное глобализацией, является относительным (на что упорно не хотят обращать внимание ее противники): разрыв по уровню социально-экономического развития между странами «центра» и «периферии» углубляется, но при этом большинство стран т. н. «третьего мира» не деградируют, а тоже повышают свои культурные, социальные, экономические, технологические показатели, то есть, извлекают выгоду из глобализации, но в сравнительно меньших масштабах [17]. Как очевидно, темпы и характер *модернизации* этих «периферийных» государств при отсутствии стимулирующего влияния глобализации были бы иными, а, возможно, она не происходила бы вообще, либо имела непредсказуемые последствия, о которых мы можем только строить догадки.

Существует большой временной лаг между возникновением процессов глобализации и модернизации. Если первая, по мнению разных исследователей, началась еще в эпоху Античности или, по крайней мере, не позже XVI века [2] (но некоторые исследователи считают ее феноменом лишь 2-й половины XX столетия [7, с. 106]), то вторая, по разным оценкам, началась в конце XVIII или даже середине XIX века и в целом пришла к завершению уже в конце XX, после чего произошел переход к постмодернизму [5, с. 16-18].

В узком, классическом смысле, под модернизацией принято понимать переход общества от аграрной стадии развития к индустриальной. Этот переход в основном состоялся в эпоху Первой промышленной революции в странах Западной Европы и США на рубеже XVIII – XIX веков, в ряде других стран, в том числе, в России – на рубеже XIX – XX веков и завершился вскоре после окончания Великой Отечественной войны (ряд исследователей расширяют временной диапазон модернизации России с XVIII до конца XX века [20, с. 76]), в некоторых современных государствах «третьего мира» не завершена по настоящее время. Модернизация в более широком смысле, о которой принято говорить в отношении большинства современных индустриальных государств, находящихся на этапе перехода уже к постиндустриальному обществу, трактуется в терминах шестого технологического уклада [9], постмодернизации или неомодернизации [16].

Еще одно направление научного дискурса о модернизации связано с ее оценкой, как «органической» и «неорганической» (или «догоняющей»). Принято считать, что «органическая» модернизация возникает как бы сама собой, в недрах общества. Это естественный процесс, который приводит к качественным трансформациям, ускорению социального прогресса и лишь затем облекается в институциональные и правовые рамки. «Неорганическая» / «догоняющая» модернизация в большей или меньшей степени навязывается обществу органами власти или властвующей элитой, заинтересованными в преодолении отставания от передовых государств планеты. И поскольку такое общество часто оказывается не готово к модернизации (иначе она была бы «органической»), ее ход и последствия всегда оказываются не совсем (или совсем) не такими, как задумывались ее архитекторами.

Понятия «органическая», «неорганическая», «догоняющая» взяты в кавычки не случайно, поскольку вкладываемый в них смысл и критерии оценивания зачастую субъективны и в большей мере отражают идеологическую позицию авторов. Строго говоря, использование термина «модернизация» в зна-

чений «осовременивание» релевантно только лишь по отношению к тем странам, которые «отстали» и «догоняют» глобальных лидеров, а говорить о модернизации, хотя бы и «органической», в отношении государств, которые генерируют инновации в технологиях, культуре, политике, экономике, некорректно, поскольку они никого не догоняют и априори являются современными в каждый текущий момент времени. Подобной точки зрения придерживается и В. Иноземцев, который трактует модернизацию как «мобилизационный процесс, который предпринимается в тех или иных странах для сокращения образовавшегося отставания от государств-конкурентов» [8, с. 95]. Общепринятого термина для альтернативного (и более точного) обозначения «органической модернизации» пока не существует, хотя для него вполне подходит понятие «футуризация», предложенное еще в 2013 году одним из основоположников российской глобалистики А. Д. Урсулом в значении «опережающее развитие» [23].

Глобализация и модернизация – это два процесса, во многом определяющие характер современной эпохи. Связаны ли они между собой? На первый взгляд, их объединяет только одновременность протекания, да и то, лишь с конца XVIII (а в большинстве стран – с середины XX) века. То есть, они идут «как бы» параллельно, независимо друг от друга, и это становится тем более очевидным, потому что порождаемые ими процессы глобальной трансформации, по сути, являются противоположными. На это обратила внимание Н. Н. Понарина: «...модернизация не имеет ничего общего с глобализацией...» [18, с. 290], и далее: «Согласно теориям развития, перспективу модернизации составляет *конвергенция* социально-экономических систем, тогда как «теории зависимости», ключевым концептом которых является глобализация, акцентируют аспекты *дифференциации* и *фрагментации*, зависимости и потенциальной конфликтности в глобальной системе (выделено нами. – А. З.)» [18, с. 290].

Вторая часть цитируемого утверждения, на первый взгляд, выглядит парадоксально, поскольку одной из претензий антиглобалистов к глобализации как раз является то, что она вроде бы превращает планету в общее «место», где все стремится к единообразию: экономика должна быть рыночной, политические режимы – демократическими, культура – западноевропейской / американской (вестернизация), общество – правовым и социальным (в европейском понимании). Соответственно, ущемляется право стран и народов на самобытность и суверенитет, навязываются чуждые европейские ценности и стандарты потребления и т. д. И сама модернизация в этом контексте выглядит уже как инструмент (или атрибут) глобализации, поскольку служит тому же – повышению уровня единообразия (однородности) стран в экономике, политике, культуре. Эксплицитно все выглядит именно так.

Действительно, по идее, конечным итогом модернизации (как и глобализации) должно быть формирование высоко однородного мирового сообщества, основанного на общих ценностях, нормах, мировоззрении, одинаковом уровне экономического, политического, социокультурного развития, технологий и т. д., что в значительной степени способствовало бы формированию глобального общества, глобального государства. Но такова ли цель глобализации? Декларативно – да, фактически – нет, поскольку в этом случае глобализационный проект утратил бы источник той силы, которая им движет.

Начальным импульсом, запустившим процесс глобализации (в данном случае не важно, когда именно это произошло, – в эпоху Античности, Нового времени или во 2-й половине XX века), стало исчерпание внутренних ресурсов социально-экономического развития, вызвавшее потребность поиска внешних источников золота, пряностей, рабов (дешевой рабочей силы), рынков сбыта и т.д. Так началась международная торговля, появился Великий шелковый путь, связавший Восточную Азию со Средиземноморьем, путь «из варяг в греки», были сделаны Великие географические открытия, для этого развязывались захватнические войны, формировалась мировая колониальная система.

Деколонизация, начавшаяся вскоре после окончания Второй мировой войны, должна была если не остановить, то замедлить глобализацию. Однако произошло противоположное – она резко ускорилась. Причина такого парадокса связана с начавшейся модернизацией вновь образованных и формально независимых государств Азии, Африки, Латинской Америки. Модернизация бывших колоний и полукolonий, при всей сложности и непредсказуемости этого процесса, объективно вела к разрушению сложившихся отношений зависимости, на которых была построена глобальная мир-система. Ответом на эту угрозу стала футуризация ядерных государств. Два некогда параллельных процесса пересеклись. С этого момента модернизация стала атрибутом глобализации, а глобализация – атрибутом модернизации, и обе они выступили экзогенным фактором по отношению друг к другу. Так началось ускорение глобальной трансформации мирового сообщества и научно-технического прогресса (переход к пятому и в перспективе – шестому технологическому укладу), которое продолжается по настоящее время.

Глобализация 2.0 (исследователи «левой» ориентации называют ее «неоколониализмом» [21]), начавшаяся в 1960-е годы, по своей сути, мало отличается от глобализации предшествующего времени – она направлена на экспансию капитала из центральных («ядерных») государств в периферийные с целью минимизации издержек и получения сверхприбыли. А ее побочным «продуктом» становится «экспорт» в «третьи страны» западных ценностей, культуры, технологий и т. д., что объективно приводит к политической, экономической, культурной глобализации и ускоряет модернизацию последних (в чем объективно «ядерные» страны не заинтересованы). Так возникает замкнутый круг, когда государства «золотого миллиарда», в стремлении сохранить статус-кво, вынуждены всеми возможными способами форсировать в своих странах футуризацию (по принципу – кто не ускоряется, тот отстает), а страны периферии и полупериферии более или менее успешно модернизируются, никому, не давая шансов остановиться в этой гонке.

Исходя из вышеизложенного, можно предложить следующую периодизацию глобализации vs модернизации: первый этап – колониальный (XVI – середина XX века), который, в свою очередь делится на 2 периода: 1) премодернизационный (XVI – XVIII век), 2) период первоначальной модернизации в форме футуризации метрополий и модернизации полупериферийных государств (XIX – 1-я половина XX века); второй этап – постколониальный или неоколониальный (с 1960-х годов по настоящее время), который характеризуется ускорением футуризации мировых держав и модернизацией практически всех остальных государств планеты.

Чем может закончиться «гонка» между глобализацией и модернизацией? Возможны три классических сценария. Первый фантастический (в духе русских философов-космистов (А. Чижевского, К. Циолковского, В. Вернадского и др.)): к моменту исчерпания ресурсов планеты человечество достигнет такого технологического развития, которое позволит выйти на уровень цивилизации II–III типа (по шкале Кардашёва [10]), освоит другие планеты и звездные системы, расширив ~~глобализацию~~ *астрализацию* до межзвездного уровня (неоколониализм 2.0). Второй сценарий – реалистический: по мере исчерпания ресурсов планеты темпы глобализации / модернизации будут замедляться, пока не достигнут состояния устойчивого равновесия, которое, благодаря созданию технологий вторичного извлечения и использования ресурсов из отходов и достаточности энергии из возобновляемых источников (воды, ветра, солнца), сможет просуществовать до того момента, пока сама планета не перестанет быть непригодной для биологических форм жизни на ней. Это может занять сотни тысяч и миллионы лет. Третий сценарий – пессимистический: достигнув пределов роста, человечество не сможет найти адекватный ответ новому вызову, начнется ускоряющаяся деградация, возможный итог которой эпично описан в романе «Машина времени» писателем-фантастом начала XX века Гербертом Уэллсом: после того, как человечество устранило все угрозы, с которыми сталкивалось на протяжении тысячелетий, включая болезни и войны, люди как вид *Homo sapiens* стали деградировать и, в конце концов, вернулись к тому, с чего началась человеческая цивилизация – первобытному обществу.

Список использованных источников

1. Аттали Ж. Карл Маркс. Мировой дух / Ж. Аттали. – М., 2008. – 416 с.
2. Валлерстайн И. Анализ мировых систем и ситуация в современном мире / И. Валлерстайн / пер. с англ. П. М. Кудюкина под общ. ред. Б. Ю. Кагарлицкого. // СПб.: Университетская книга, 2001. – 416 с.
3. Валлерстайн И. Конец знакомого мира: Социология XXI в. / И. Валлерстайн. // М.: Логос, 2003. – 368 с.
4. Волчкова Н. Качели глобализации: почему странам мира все сложнее снижать торговые барьеры / Н. Волчкова // Forbes. 2023, 26 января. – URL: <https://www.forbes.ru/mneniya/484116-kaceli-globalizacii-pocemu-stranam-mira-vse-sloznee-snizat-torgovye-bar-ery> (дата обращения 21.10.2023).
5. Гавров С. Н. Модернизация России: постимперский транзит / С. Н. Гавров. // М., 2010. – 352 с.
6. Долгушин М. И. Модернизация России в глобальной экономике / М. И. Долгушин // Научные труды Вольного экономического общества России. – 2009. – Том 109. – С. 128–145.
7. Жданова А. М. Подходы к определению понятия «глобализация» / А. М. Жданова // Проблемы современной экономики. – 2012. – № 3(43). – С. 106–109.
8. Иноземцев В. Модернизация России и глобализация / В. Иноземцев // Мировая экономика и международные отношения. – 2010. – № 2. – С. 95–103.
9. Каблов Е. Шестой технологический уклад / Е. Каблов // Наука и жизнь. – 2023. – №10. – URL: <https://www.nkj.ru/archive/articles/17800/> (дата обращения 21.10.2023).
10. Кардашёв Н. С. Передача информации внеземными цивилизациями / Н. С. Кардашёв // Астрономический журнал. – 1964. – Т. 41. – Вып. 2. – С. 282–287.

11. Кармин А. С. Основы культурологии: морфология культуры / А. С. Кармин. // СПб.: Изд-во «Лань», 1997. – 507 с.
12. Комолов О. О. Деглобализация: новые тенденции и вызовы мировой экономике / О. О. Комолов // Вестник РЭУ им. Г. В. Плеханова. – 2021. – Том 18. – № 2(116). – С. 34–47.
13. Коробейникова Л. А. Глобализационные процессы: анализ и концепции / Л. А. Коробейникова, А. Ю. Гиль // Вестник Томского государственного университета. – 2018. – № 431. – С. 54–61.
14. Кравченко И. Т. Теория волновых процессов / И. Т. Кравченко. – М.: Изд-во УРСС, 2003.
15. Кузнецова Н. И. Глобальные проблемы современности: понятие, сущность и классификация / Н. И. Кузнецова // Вестник Санкт-Петербургского университета МВД России. – 2023. – № 2(98). – С. 140–147.
16. Матвеев Ю. И. Модернизация: теория и современность / Ю. И. Матвеев // Известия Тульского государственного университета. Гуманитарные науки. – 2012. – № 1–1. – С. 153–164.
17. Неравенство – сокращение разрыва // ООН: Общее будущее общими силами – URL: <https://www.un.org/ru/un75/inequality-bridging-divide> (дата обращения 18.10.2023).
18. Понарина Н. Н. Глобализация и модернизация: соотношение тенденций / Н. Н. Понарина // Инженерный вестник Дона. – 2011. – № 2(16). – С. 286–291.
19. Румянцева С. Ю. Теория длинных волн экономического развития: актуальные тенденции и междисциплинарные связи / С. Ю. Румянцева // Вестник Санкт-Петербургского университета. – 2005. – Сер. 5. – Вып. 3. – С. 31–41.
20. Самохин К. В. Модернизация в истории России XVIII–XX веков: стартовые условия, механизм реализации и особенности проявления / К. В. Самохин // Terra Linguistica. – 2016. – № 3. – С. 74–85.
21. Сироткина А. И. Неоколониализм XXI века: глобализм и мир-системность / А. И. Сироткина, М. Л. Альпидовска // Теоретическая экономика. – 2020. – № 12. – С. 96–109.
22. Советник президента РФ заявил в Казани, что история глобализации подошла к концу // Бизнес-онлайн. 2022, 15 ноября – URL: <https://m.business-gazeta.ru/news/571689> (дата обращения 21.10.2023).
23. Урсул А. Д. Футуризация как темпоральный феномен / А. Д. Урсул // Философская мысль. – 2013. – № 7. – С. 426–470.
24. Цыганков П. А. Мондиализация, многосторонность и мировое космополитическое общество. Теория международных отношений в современной Франции (статья первая) / П. А. Цыганков // Вестник Московского университета. Сер. 18. Социология и политология. – 2007. – № 2. – С. 3–17.
25. Чирков А. А. Теория модернизации в российской исторической науке / А. А. Чирков // Философия и культура. – 2018. – № 3. – С. 17–33.

**GLOBALIZATION VS MODERNIZATION:
PARALLEL INTERSECTING
(NOTES ACCORDING TO «NON-EUCLIDEAN»
SOCIOLOGY)**

A. Zavalishin

The article analyzes the relationship between the concepts of «globalization» and «modernization». A conclusion is made about the independent occurrence of the processes

of globalization and modernization until the mid-twentieth century and the emergence of mutual influence between them from the 1960s to the present. There is considered the possibility of using the concept of «futurization» instead of the concept of «organic modernization». Three scenarios for the relationship between globalization and modernization in the future are described.

Keywords: globalization, modernization, organic modernization, inorganic (catching-up) modernization, post-modernization, neo-modernization, futurization, center, semi-periphery, periphery.

Сведения об авторе

ЗАВАЛИШИН Андрей Юрьевич – доктор социологических наук, доцент, профессор кафедры истории и регионоведения, Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича, (г. Санкт-Петербург, Россия), zavalishin.aiu@sut.ru

УДК 327.7

ИНТЕРЕСЫ ФРАНЦИИ В САХЕЛЕ: СОВРЕМЕННЫЙ ЭТАП**Р. Д. Замятин, Е. А. Терентьева**

В статье анализируется современная ситуация в странах Сахеля с точки зрения тенденций развития военно-политического и экономического влияния Франции в регионе.

Ключевые слова: Сахельская пятерка, Сервал, Бархан, Мали, Нигер, Буркина-Фасо, Мавритания, Чад.

Сахель сегодня воспринимается международным сообществом как очаг нестабильности и кровопролития. Уже более полувека, с эпохи деколонизации Африки, в данном регионе не прекращаются попытки государственных переворотов, не сбавляет темпы рост террористических группировок, миграционные процессы играют роль дестабилизирующего фактора. На все эти и многие другие процессы оказывает влияние Франция, которой в колониальную эпоху принадлежал Сахаро-Сахельский регион (далее ССР). Режим Пятой республики находится в тесном контакте с «Сахельской пятеркой» - блок стран, в который входят: Мавритания, Мали, Буркина-Фасо, Нигер и Чад. Занимающейся обеспечением взаимной региональной безопасности территориальной целостности и вопросами, связанными с проблемами Сахеля в области экономики, политики и энергетической безопасности [6]. Так, по просьбе малийского правительства Франция ввела свои вооруженные силы для дальнейшей стабилизации и проведения контртеррористических операций [1].

Именно военный аспект является непосредственным фактором французского участия во внутренних делах региона. В целом политика Франции в ССР определяется ее стремлением сохранить и укрепить здесь свое влияние и нередко характеризуется как неокOLONиализм. Начиная с 2013 г. на территории Сахеля проводилась операция ВС Франции «Сервал», целью которой являлось оказание поддержки местной армии в борьбе с малийскими исламистами организаций «Движение за единство и джихад в Западной Африке (ДЕДЗА)», «Боко Харам» и «Аль-Каида в Исламском Магрибе (АКИМ)». Поводом проведения операции послужила нарастающая мощь и постоянное продвижение террористических ячеек вглубь региона, вербовка ими местного населения и связанные с их деятельностью нелегальные иммиграционные потоки. Французское правительство интерпретировало развитие событий как «угрозу мировой безопасности», в особенности безопасности ЕС, и инициировало соответствующую военную операцию [3].

Продолжением «Сервала» стала операция «Бархан», проводившаяся с 2014 по 2022 гг., миссией которой стало оказание военной помощи уже не только республике Мали, но и остальным четырем странам, входящих в Сахельскую пятерку. На протяжении всей операции Париж использовал так называемый «интегрированный» подход, суть которого заключалась в постановке нескольких задач военнослужащим Франции. Помимо того, что силовики должны были обеспечивать защиту и вести боевые действия с террористами на территории, соразмерной территории ЕС, в их задачи входило также

обучение местных региональных армий, предоставление современных видов вооружений, боеприпасов и техники, сопровождение гуманитарных проектов [5]. Несмотря на то, что данные операции сумели нейтрализовать многочисленный боевой потенциал террористических группировок, это не лишило их условий, которые требовались для стимуляции новых действий в Сахеле [7].

Экономический интерес Франции в ССР определяется, прежде всего, защитой интересов компании «Orano», прежнее название которой «Areva», занимающейся разработкой месторождения урана в Нигере [3]. Уран - стратегически важный ресурс для Франции как ядерной державы, основную роль в национальной энергетике которой (70–80%) играют АЭС. В 2013 году компания была атакована боевиками-террористами, в результате чего 23 сотрудника были ранены, а один убит. Помимо этого, многие французские компании вкладывают средства в развитие транспортных сетей ССР (логистическая компания «Volloré») и занимаются производством питьевой воды («Veolia») в Нигере, Буркина-Фасо и Чаде [4].

Еще одним направлением деятельности Франции в Сахеле является оказание гуманитарной помощи, которая остается одним из ключевых инструментов решения социальных проблем региона. Около 5,7 млн. человек в регионе страдают от отсутствия должного количества продовольствия по причине целого комплекса проблем: проблем в сфере безопасности, климатических изменений, и последствий пандемии Ковид-19. Францией были предприняты действия по оказанию помощи в уменьшении дефицита продовольствия, обеспечении доступа к безопасной питьевой воде, средствам личной гигиены, в решении проблем санитарии, а также обеспечения доступа к более обширному медицинскому обслуживанию [1].

Однако разностороннее и долгосрочное присутствие Франции в Сахеле не привело к качественным сдвигам в области региональной безопасности. Французские власти оказались не в состоянии дать точную формулировку политическим целям нахождения своих военных в горячих точках региона, несмотря на то, что первоначальной ее задачей являлась борьба с международным терроризмом. Кроме того, не были озвучены условия, при которых операция считалась бы успешно завершённой [9]. Несамостоятельность политики и слабость государственной власти в ряде государств региона во многом способствуют распространению критики присутствия Франции в Сахеле как во французском обществе, так и в ССР.

Французское гражданское общество остро обеспокоено вопросами, связанными с миграционными и террористическими проблемами. Так, по результатам одного социологического исследования, 43% французов считают, что стоит провести реформирование антитеррористического законодательства и усилить борьбу с нелегальными миграционными потоками. По результатам другого опроса, проведенного Kantar TNS, более 60% граждан Франции считают беженцев из Сахеля главным источником правонарушений и преступлений.

Проблемой для французского правительства остается недовольство политикой Франции со стороны местного населения государств Сахеля, где присутствие французской армии воспринимается как развитие неокOLONиальной политики «Франсафрик» и французской экспансии. На протяжении всей операции «Бархан» в африканском обществе дискутировался вопрос, связанный с истинным назначением французских сил в Сахеле. По мнению

африканской общественности, миссией Франции было не обеспечение защиты и стабильности в регионе, а сохранение контроля над полезными ископаемыми (золотом, ураном, литием). Французское издание «Le Monde» несколько раз публиковало статьи о манифестациях в Мали, в ходе которых участники требовали незамедлительного ухода французских силовиков и принятия помощи от кого-то другого. Тем не менее, последний опрос, проведенный во Франции в 2021 году, показал, что 49% опрошенных французов высказались за продолжение операции. Среди сторонников правых политических взглядов этот показатель был меньше, 40%, причем главным тезисом противников продолжения операции был приоритет внутренней политики Франции в области обороны по сравнению с затратными операциями в африканских государствах [9].

Впрочем, африканский вектор французской политики не ослабевает, несмотря на общественное мнение. Однако, осознав совершенные ошибки, президент Франции Э. Макрон заявил, что французская сторона нарастит взаимодействие с местными партнерами в странах Сахеля, принимая во внимание не только свои интересы, но и их пожелания. На данный момент нельзя однозначно сказать, как будет развиваться роль Франции в Сахеле, так как ожидается переосмысление политики по ССР. В дальнейшем это может привести к «обновленной» стратегии взаимодействия Пятой Республики с африканскими странами [2].

Официальная риторика Франции по отношению к странам Сахеля на всем протяжении истории не совпадала с реальными ее действиями. Политические, военные, экономические и социальные аспекты деятельности французских сил в регионе были рассчитаны на обеспечение национальных интересов Франции, что естественным образом приводило к недовольству со стороны населения стран ССР с одной стороны, и к поддержке такой политики со стороны рядовых французов - с другой. Сегодня Э. Макрон рассчитывает на дальнейшее сотрудничество с Сахельской пятеркой, построенное на развитии координации между государствами. В то время как действующее правительство Мали, Буркина-Фасо и Нигера наотрез отказываются от дальнейшего сотрудничества, ссылаясь на вмешательство во внутренние дела и на новых, более сильных партнеров, в лице Китая и России [8]. Данная тенденция влечёт за собой неблагоприятные обстоятельства для Франции, которые могут привести к полным потерям оставшихся политических и военных сил в регионе.

Список использованных источников

1. Действия Франции в Сахеле [Электронный ресурс] // Diplomatie.gouv.fr: official site. – URL: <https://www.diplomatie.gouv.fr/ru/politique-etrangere/securite-desarmement-et-non-proliferation/crises-et-conflits/l-action-de-la-france-au-sahel/> (дата обращения 01.11.2023).

2. Макрон объявил об окончании французской военной операции "Бархан" в Сахеле [электронный ресурс] // Интерфакс [сайт]. – URL: <https://www.interfax.ru/world/871747> (дата обращения 03.11.2023).

3. Мезенцев С. В. Внутренние и международно-политические аспекты кризиса в Мали и французская операция «Сервал» // Международные отношения и мировая политика. – 2014. - №1 // Киберленинка [сайт]. – URL:

<https://cyberleninka.ru/article/n/vnutrennie-i-mezhdunarodnopoliticheskie-aspekty-krizisa-v-mali-i-frantsuzskaya-operatsiya-serval/viewer> (дата обращения 01.11.2023).

4. Миграция, вооружение, имидж: зачем Франции контртерроризм и Сахель [электронный ресурс] // RussianCouncil.ru [сайт]. – URL: https://russiancouncil.ru/blogs/Alexandra_Fokina/migratsiya-vooruzhenie-imidzh-zachem-frantsii-kontrterrorizm-i-sakhel/ (дата обращения 03.11.2023).

5. После Сахеля: закат французского интервенционизма? [Электронный ресурс] // RussianCouncil.ru [сайт]. – URL: <https://russiancouncil.ru/analytics-and-comments/analytics/posle-sakhelya-zakat-frantsuzskogo-interventsionizma/> (дата обращения 01.11.2023).

6. Региональные приоритеты внешней политики Франции: Сахель [Электронный ресурс] // RussianCouncil.ru [сайт]. – URL: https://russiancouncil.ru/analytics-and-comments/columns/la-france-du-macron/regionalnye-prioritety-vneshney-politiki-frantsii-sakhel/?utm_source=vkontakte&utm_medium=cpc&utm_campaign=%7Bcampaign_id%7D&utm_content=%7Bad_id%7D (дата обращения 01.11.2023).

7. Сидоров А. С. Франция в Сахеле: текущие проблемы и возможное развитие военного конфликта // Киберленинка [сайт]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/frantsiya-v-sahele-tekuschie-problemy-i-vozmozhnoe-razvitie-voennogo-konflikta/viewer> (дата обращения 03.11.2023).

8. Терентьев В. О. Британская операция Newcombe в Мали (2013 – 2022) // Научно-методический журнал «Вестник». – 2023. – Выпуск 1 (37) [Электронный ресурс]. – URL: <https://sci.vlsu.ru/main/izdanie/vestnik/37.pdf> (дата обращения 03.11.2023).

9. Франция в Сахеле: ставка на Европу [электронный ресурс] // RussianCouncil.ru [сайт]. – URL: <https://russiancouncil.ru/analytics-and-comments/analytics/frantsiya-v-sakhele-stavka-na-evropu/> (дата обращения 03.11.2023).

FRENCH INTERESTS IN THE SAHEL: THE CONTEMPORARY STAGE

R. Zamyatin, E. Terentieva

The article analyzes the current situation in the Sahel countries from the perspective of trends in the development of France's military-political and economic influence in the region.

Keywords: Sahel G5, Serval, Barkhan, Mali, Niger, Burkina Faso, Mauritania, Chad.

Сведения об авторах

ЗАМЯТИН Роман Дмитриевич – студент 4 курса факультета СЦТ, Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича, (г. Санкт-Петербург, Россия), Zamjatin1.rd@yandex.ru.

ТЕРЕНТЬЕВА Екатерина Анатольевна – кандидат исторических наук, доцент кафедры истории средних веков, институт истории Санкт-Петербургского государственного университета, доцент кафедры истории и регионоведения, Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича, (г. Санкт-Петербург, Россия), e.a.terenteva@bk.ru

УДК 327

АРКТИЧЕСКАЯ ПОЛИТИКА ИНДИИ В ЭПОХУ ГЕОПОЛИТИЧЕСКИХ ИЗМЕНЕНИЙ

Д. А. Зиннатуллин

Арктический регион - один из наиболее перспективных с точки зрения возможностей развития в XXI веке. Кроме того, в политику региона включается огромное количество заинтересованных сторон. Сложность ситуации отражается на уровне сотрудничества, которое сталкивается с напряженностью как между арктическими субъектами, так и между арктическими и неарктическими субъектами. Резкое изменение климатических условий в Арктике вносит определенные коррективы в экономическую деятельность в регионе. Зависимость ведущих экономик мира от энергоресурсов, в частности от нефти и газа, уже сейчас вызывает интерес к Арктике, где добывается десятая часть мировых запасов нефти и четверть запасов природного газа. Таяние арктических льдов, облегчающее разведку, добычу и транспортировку полезных ископаемых, делает экономическую деятельность в этом регионе все более выгодной. Кроме того, изменение климата в Арктике приводит к появлению новых морских путей новые морские маршруты, которые ранее были недоступны, а также снижает стоимость использования существующих маршрутов. В связи с растущим интересом к региону неарктические государства вынуждены не только заявлять о своих интересах в Арктике, но и активизировать свою деятельность в этом регионе. Одним из таких государств является Индия. В данной статье элементы арктической стратегии Индии будут рассмотрены с помощью теоретической модели секьюритизации.

Ключевые слова: Арктика, сотрудничество, освоение, неарктические акторы, Индия.

Арктическая политика Индии, озаглавленная "Арктическая политика Индии: Построение партнерства для устойчивого развития", опубликованная недавно Министерством наук о Земле Правительства Индии, привлекла значительное внимание мировой общественности. Проект индийской политики был открыт для публичных комментариев с декабря 2020 года по январь 2021 года. После получения предложений от представителей академических кругов, ученых, стратегических аналитических центров и широкой общественности 17 марта 2022 г. была опубликована арктическая политика Индии. Арктическая политика Индии была опубликована в период неопределенности, когда Россия председательствовала в Арктическом совете, но семь других арктических государств в своем совместном заявлении [1], нажали "кнопку паузы" на деятельность Арктического совета в связи с продолжающимся кризисом на Украине. Индия не вставала на сторону ни одного из основных блоков, сохраняя нейтралитет со времен "холодной войны" и продолжает занимать аналогичную позицию в настоящее время. Неясно, можно ли рассматривать время выхода политики как сигнал к поддержанию мира на планете и продолжению сотрудничества в Арктическом регионе, или это просто совпадение, поскольку политика готовилась уже некоторое время. Мотивация Индии в отношении арктической политики основана на необходимости сосредоточиться и укрепить свое давнее участие в арктическом регионе посредством научных исследований, а также принять многомерный подход и целостный

подход, выходящий за рамки исследовательской деятельности в регионе. Элементы арктической стратегии Индии будут рассмотрены с помощью теоретической модели секьюритизации.

Теоретическая модель секьюритизации

Обновление исследований в области безопасности, инициированное Барри Бузаном, началось с разочарования и необходимости адаптации теорий к современной глобальной реальности. Вскоре эта работа стала новаторской и проложила путь для критических исследований безопасности, начиная с 1980-х годов. [2] Расширенная онтология безопасности, которую он концептуализировал, сегодня просто необходима. В ее основе лежит идея о том, что выживанию государств больше не угрожают исключительно военные факторы, а необходимо интегрировать политические, экономические, экологические и общественные соображения. [3] Именно этот последний аспект теории безопасности Копенгагенской школы нас интересует.

Модель секьюритизации Копенгагенской школы использует конструктивистский подход в том смысле, что в теории секьюритизации безопасность является социально конструируемым понятием. Действительно, в отличие от реалистического подхода, который фокусируется на материальной природе угрозы и принимает материальные факты в качестве доказательства реальности угрозы, Копенгагенская школа утверждает, что каждый акт секьюритизации включает в себя политическое решение и является результатом политического социального акта. Теория секьюритизации рассматривает проблемы безопасности как предмет дискурса. Сама проблема может быть определена как проблема безопасности в зависимости от того, как субъект реагирует на акт секьюритизации. Теория секьюритизации поддерживает логику "безопасность равна выживанию", то есть для того, чтобы стать проблемой безопасности, проблема должна восприниматься аудиторией как проблема выживания. Климатические изменения, происходящие во всем мире, стали серьезной проблемой для Индии, поскольку ее население стремительно растет и скоро обгонит Китай, а таяние ледников в арктическом регионе представляет собой прямую угрозу безопасности индийского населения. В то же время ресурсы, необходимые для поддержания экономики Индии, в значительной степени сосредоточены в Арктике, а технологии, необходимые для "зеленого перехода", в большей степени доступны в арктических государствах.

Изменение климата

На территории Индии расположена большая часть Гималаев, которые иногда называют третьим полюсом. Резкое таяние ледников, затопление равнин, сильное влияние муссонов и затопление прибрежных городов в результате изменения климата вызывают серьезную озабоченность в Индии. В программном документе Индии четко говорится о влиянии изменения климата на экономику страны и его воздействии на урожайность летних культур, таких как рис, бобовые и соя, на долю которых приходится почти 50% продовольственного производства Индии, что полностью зависит от муссонного цикла и ледниковых вод, питающих ее речную систему. Индия, население которой составляет 1,3 млрд. человек, не может позволить себе рисковать своей продовольственной, водной и экономической безопасностью. [4] Для преодоления этих трудностей Индия обращается за помощью к одной из арктических стран. В новых геополитических реалиях это Королевство Дания.

Ожидается, что к 2030 году выбросы углекислого газа в Индии удвоятся. Правительство Дании намерено сократить выбросы CO₂ на 70% к 2030 году и стремится занять лидирующее положение на международном уровне. [5] Благодаря этому партнерству Индия и Дания продемонстрируют, что достижение амбициозных целей в области климата и устойчивой энергетики возможно. В сентябре 2020 года премьер-министры Метте Фредериксен и Нарендра Моди договорились о создании индийско-датского стратегического партнерства в области "зеленых" технологий. Партнерство представляет собой взаимовыгодное соглашение, направленное на развитие политического сотрудничества и экономических отношений, нацеленных на "зеленый" рост и создание рабочих мест. Оно направлено на решение глобальных проблем и возможностей с акцентом на реализацию Парижского соглашения и Целей устойчивого развития ООН. Конкретное сотрудничество осуществляется в таких областях, как энергетика, изменение климата, экология, водные ресурсы, циркулярная экономика и устойчивое городское развитие.

Сотрудничество в области возобновляемой энергетики было начато в 2017 году в рамках Стратегического отраслевого сотрудничества. В 2020 году это сотрудничество было расширено за счет Индийско-Датского энергетического партнерства. INDEP — это 5-летняя программа, которая является ключевым элементом межправительственного энергетического сотрудничества. В ее основе лежит обмен техническими знаниями по трем основным направлениям:

- 1) Развертывание морской ветроэнергетики.
- 2) Анализ энергетического сектора и среднесрочное и долгосрочное энергетическое планирование.
- 3) Интеграция растущих объемов возобновляемой энергии. [6]

Поддерживая переход Индии на "зеленую" энергетику и амбиции по достижению 450 ГВт мощности возобновляемых источников энергии, две страны ведут активное техническое сотрудничество в энергетическом секторе. Дания делится международным опытом в области планирования и регулирования, знаниями в области использования инструментов моделирования для определения наименее затратных потенциалов и знаниями об оптимизированных и гибких энергетических системах. Это имеет прямое отношение к развитию энергетических систем в Индии и открывает возможности для дальнейшего коммерческого сотрудничества в области "зеленой" энергетики.

Экспорт энергетических технологий Датский экспорт энергетических технологий в Индию вырос с менее чем 500 млн датских крон. С тех пор наблюдался заметный рост, который достиг своего пика в 2021 году и составил 940 млн датских крон. Рекордно высокий экспорт энерготехнологий в 2021 году стал результатом восстановления после 2020 года, когда экспорт энерготехнологий снизился из-за Covid-19. [7]

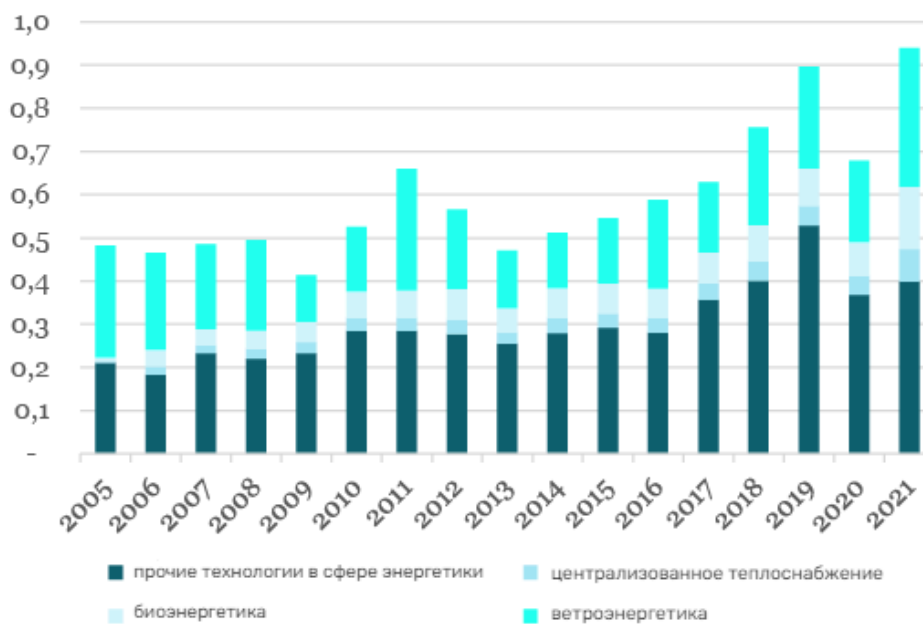


Рис. 1 - Экспорт датских технологий в сфере энергетики в Индию 2005–2021 [8]

В настоящее время национальные правительства организуют две сети с акцентом на ветроэнергетику в Индии, которая используется в арктическом регионе, в том числе в Гренландии.

Совместно с партнерами из Датской торговой палаты в Индии, посольства Дании в Дели и Датского энергетического агентства они стремятся построить мост между официальным партнерством Дании в области энергетики и возможностями местного рынка. Они также уделяют особое внимание субпоставщикам в ветроэнергетической отрасли и их стратегическому и практическому подходу к организации производства в Индии.

Геополитика

Фактор "китайского тигра"

Участие Китая в жизни региона также резко возросло. Индия, как третья по величине морская держава, не хочет оставаться в стороне от будущих возможностей региона, поэтому она рассчитывает на участие в мониторинге и регулировании окружающей среды, обеспечении безопасности и наращивании потенциала в регионе, покрытом льдом.

Планируется, что морской коридор Ченнай-Владивосток через Южно-Китайское море позволит увеличить индийско-российскую двустороннюю торговлю и одновременно противостоять китайскому влиянию. [9] Международный транспортный коридор "Север-Юг" - мультимодальный грузовой коридор - продвигается как альтернатива маршруту через Суэцкий канал, а также китайскому Полярному шелковому пути, который является частью китайской инициативы "Пояс и путь", за счет снижения стоимости доставки и количества транспортных дней.

Премьер-министр Нарендра Моди утверждает, что "те же эксперты, которые раньше называли Индию "спящим слоном", теперь говорят, что "спящий слон" проснулся и начал бегать". Центральное правительство осознало, что внешняя политика и "мягкая сила" имеют решающее значение для развития страны, особенно в качестве неарктической мировой державы.

Арктическая стратегия Индии в новых геополитических реалиях находится на стадии формирования, и ее реализация будет зависеть от многих факторов. Особое внимание будет уделяться изменению климата и развитию новых транспортных коридоров. Собственные национальные интересы в регионе будут стимулировать неарктическое государство к ведению арктической дипломатии в условиях турбулентности.

Список использованных источников

1. Shyamasree D., Sankhyayan P. «A Narrative Analysis of State-Level Renewable Energy Policies in India» // In Sustainable Energy and Transportation: Technologies and Policy, edited by Anirudh Gautam, Sudipta De, Atul Dhar, Jai Gopal Gupta and Ashok Pandey. Singapore: Springer Singapore. – 2018. – P. 137-148.
2. Eschle C. Nuclear (In)security in the Everyday: Peace Campers as Everyday Security Practitioners // Security Dialogue. – 2018. – Vol. 49. – No. 4. – P. 289-305. DOI: 10.1177/0967010618762595.
3. Eurostat and calculations by The Danish Energy Industries Federation [electronic resource] // Eurostat. URL: https://ec.europa.eu/eurostat/cache/metadata/EN/nrg_quant_esms_dk.htm (last request: 05.09.2023).
4. HUYSMANS, Jef. What's an act? On security speech acts and little security nothings // Security Dialogue. – 2011. – Vol.42. – No. 4-5. – P. 371-383.
5. In a first, India's imports of Russian oil dwarf Iraq, Saudi Arabia flows // Times of India. URL: <https://timesofindia.indiatimes.com/business/india-business/in-a-first-indias-imports-of-russian-oil-dwarf-iraq-saudi-arabia-flows/articleshow/99937210.cms?from=mdr> (last request: 15.08.2023).
6. Joint Statement on Arctic Council Cooperation following Russia's invasion of Ukraine, Dt 3, March 2022, accessed on 25 March 2022. URL: <https://www.state.gov/joint-statement-on-arctic-council-cooperation-following-russias-invasion-of-ukraine/> (last request: 13.09.2023).
7. MoRTH. 2021. Road Transport Yearbook (2017-2018 & 2018-2019). Ministry of Road Transport and Highways, Government of India. URL: <https://morth.nic.in/sites/default/files/RTYB-2017-18-2018-19.pdf> (last request: 13.09.2023).
8. Rani, N., Handoo, J. 2022. Indian Climate Policy and Decarbonized Indigenous Economic Transition [electronic resource] // Financial Express. May 15, 2022. URL - <https://www.financialexpress.com/lifestyle/science/indianclimate-policy-and-decarbonized-indigenous-economic-transition/2525195/> (last request: 19.08.2023)
9. Tongia, R. 2020. India's Energy Transition: Coal Is down but Not Out [electronic resource] // Centre for Social and Economic Progress. September 7, 2020. URL - <https://csep.org/blog/indias-energy-transition-coal-is-down-but-notout/> (last request: 21.09.2023)

INDIA'S ARCTIC POLICY IN THE ERA OF GEOPOLITICAL CHANGES

D. Zinnatullin

The Arctic region is one of the most promising in terms of development opportunities in the 21st century. Moreover, the politics of the region involve a huge number of stakeholders. The complexity of the situation is reflected in the level of co-operation,

which faces tensions both between Arctic actors and between Arctic and non-Arctic actors. The dramatic change in climatic conditions in the Arctic is bringing certain adjustments to economic activity in the region. The dependence of the world's leading economies on energy resources, particularly oil and gas, is already generating interest in the Arctic, where a tenth of the world's oil reserves and a quarter of the world's natural gas reserves are produced. The melting of Arctic ice, which facilitates exploration, extraction and transport of minerals, is making economic activity in this region increasingly profitable. In addition, climate change in the Arctic is bringing new sea routes that were previously inaccessible, as well as reducing the cost of using existing routes. Due to the growing interest in the region, non-Arctic states are not only forced to declare their interests in the Arctic, but also to increase their activities in the region. India is one such state. In this paper, elements of India's Arctic strategy will be examined through a theoretical model of securitisation.

Keywords: Arctic, co-operation, development, non-Arctic actors, India.

Сведения об авторе

ЗИННАТУЛЛИН Данияр Альбертович – аспирант, 2 курс, международные отношения, Санкт-петербургский государственный университет, (г. Санкт-Петербург, Россия), st091808@student.spbu.ru

УДК 327

ИНСТРУМЕНТЫ ПОПУЛЯРИЗАЦИИ РУССКОГО КОСМОСА В ЦИФРОВОМ ПРОСТРАНСТВЕ

А. М. Иванова

Статья рассматривает использование космической политики в качестве инструмента «мягкой силы» в России. В исследовании проанализированы различные сферы деятельности, которые могут способствовать продвижению государства посредством развития социальных сетей и популяризации космического кинематографа. Использование космической политики в качестве инструмента «мягкой силы» может способствовать продвижению России на мировой арене.

Ключевые слова: космическая политика, Российская Федерация, «мягкая сила», космическая культура, цифровая дипломатия, массовая культура.

Космическая отрасль России имеет богатый опыт и историю космических запусков, что позволяет ей быть важным участником мирового космического рынка. Стоит отметить, что сама отрасль изначально не рассматривалась как инструмент «мягкой силы», так как напрямую подразумевала конкуренцию между космическими державами. Однако в настоящее время потенциал космической программы не отменяет, а всячески придерживается использования концепции «мягкой силы» в тех направлениях, которые стратегически важны для государства. Российская «мягкая сила» противопоставляется американской и европейской, предлагая альтернативные варианты остальной части мира, создавая, таким образом, контрсилу [1].

Сама отрасль в России, как и в любом другом государстве, неразрывно связана с государством и военно-промышленным комплексом, что позволяет использовать ее для продвижения государства. «Мягкая сила» в космической политике России имеет несколько сфер деятельности, которые способствуют продвижению государства. К сферам популяризации темы космоса в данной статье были отнесены массовая культура (кинематограф и музыка) и цифровая дипломатия – они транслируют деятельность и достижения космической отрасли Российской Федерации в различных социальных сетях.

Российская космическая культура характеризуется «ностальгичностью», которая связана с памятью о прошлых достижениях. Особенно часты нарративы «первый искусственный спутник на орбите Земли» и «первый человек в космосе», «первая женщина в космосе» и другие [2]. Это используется для мотивации населения страны к мечтам о космосе и вкладу в космическую науку. Космическая культура также имеет многонациональную направленность, поскольку наука и технологический прогресс не принадлежат какой-то одной конкретной нации.

В настоящее время наблюдается возрождение интереса к теме космоса, что во многом продвигается самим государством. В прошлом веке мы могли видеть яркие примеры зарубежных исполнителей, таких как Дэвид Боуи с его песней «Space Oddity», Элтон Джон «Rocket Man», Pink Floyd и их альбома «The Dark Side Of The Moon», или советских исполнителей, таких как группа «Земляне» и их знаменитая песня «Трава у дома», «Притяжение зем-

ли» Льва Лещенко, «Девушку Чайкой зовут» Муслима Магомаева, «Нежность» Майи Кристалинской и др. В советское время данные композиции имели идеологический характер и вдохновляли жителей на подвиги.

В настоящее время продолжается традиция развития космической культуры, опирающаяся на опыт прошлого и адаптирующаяся к современным реалиям. Хорошим примером является композиция «Открытый космос», написанная в стилистике прошлых лет, которая порождает ностальгические настроения у слушателей. Однако вопрос заключается в том, насколько такая аранжировка подходит для 2018 года, когда она была записана, и насколько она уместна сейчас. Есть и другой пример - песня группы «Мумий Тролль» под названием «Инопланетный гость», которая была перезаписана в 1997 году. Рефлексия на тему космоса остается актуальной и в настоящее время, хотя языковой аспект мешает ее распространению за пределами страны, так как большинство людей не понимают русский язык.

Космическое кино также является важным направлением распространения «мягкой силы» России. Это своего рода ответ на космические блокбастеры, продвигаемые США на мировом рынке кинематографа. Несмотря на то, что Россия пыталась снимать фильмы на космическую тематику с самого начала своей космической программы, такие продукты киноиндустрии активно начали распространяться только в 2010-х годах с усилением цифровизации и расширением доступа к Интернету подавляющей части населения Земли. Иностранная аудитория получила возможность ознакомиться с российскими фильмами и музыкой о космосе и сравнить их с американскими, что позволило сделать выводы об особенностях российской киноиндустрии.

Просмотр фильмов на космическую тематику позволяет иностранным зрителям кратковременно погрузиться в чуждую им культуру, что может положительно влиять на формирующиеся ценности и взгляды аудитории, вызывая интерес и восхищение темой космоса.

Одной из особенностей космических фильмов России является ретроспективный характер кинокартин, где сюжет прямо или косвенно относится к советскому периоду и подвигам и трудностям тех лет. Главными кинокартинами, которые потенциально могут являться примерами проявления «мягкой силы», стали «Гагарин. Первый в космосе» 2013 г., «Главный» 2015 г., «Салют-7» и «Время первых» 2017 г., «Мира» 2022 г., «Вызов» 2023 г.

Примечателен фильм «Салют-7», вышедший на экраны в 2017 году. В публикациях СМИ можно встретить кардинально противоположные мнения относительно реакции зарубежной аудитории. Часть изданий отмечает, что фильм не был оценен иностранцами, что его буквально «растоптали», и отметили слишком очевидный идеологический уклон, сделанный в духе «политического триллера». Тем не менее, основной посыл фильма заключается в демонстрации технических аспектов космических полетов, и трансляции человеческих качеств – мужества, изобретательности и самопожертвования космонавтов, работающих в экстремальных условиях.

Одним из важных проектов России в продвижении космонавтики является художественный фильм «Вызов», вышедший на экраны в 2023 году. Данный фильм официально стал первым фильмом, снятым в космосе с участием настоящих актеров театра и кино – на Международной космической станции. Если раньше все фильмы о космосе носили документальный и на-

учно-популярный характер, а в картинах для массового зрителя использовались визуальные эффекты и «хромакее», то теперь были открыты новые горизонты. Тем самым государство создало инфоповод, и теперь началась эпоха создания космического кино совершенно нового уровня.

Российская Федерация делает значительный акцент на продвижении продуктов кинематографа на мировом рынке, выбирая для продвижения космической культуры такие государства как Египет, Объединенные Арабские Эмираты, Саудовская Аравия, Ирак, Иран, Сирия, Палестина и другие государства Северной Африки и Ближнего Востока. Разумно можно предположить, что это коммерчески выгодно: так в частности можно привлечь в космическую отрасль России новые инвестиции со стороны государств, а также потенциальных партнеров в виде стран, которые только начинают развиваться в сфере космонавтики [3].

Также, что немаловажно, в настоящее время цифровая дипломатия играет важную роль в продвижении российской космической отрасли через сеть Интернет. Она предполагает активное использование социальных сетей для коммуникации с российской и зарубежной аудиторией и продвижения внешнеполитических интересов государства [4]. Госкорпорация «Роскосмос» проводит активную деятельность на различных площадках, таких как «YouTube» и «Telegram», где аудиторией являются пользователи со всего мира. Ранее также активно использовались и другие известные цифровые площадки, тем не менее, после 24 февраля 2022 года доступ к этим платформам был ограничен для российских пользователей, а сами аккаунты «Роскосмоса» были либо заблокированы, либо прекратили свою деятельность.

На активных площадках публикуются новости российской космонавтики, а также различные инфографики, позволяющие аудитории более доступно узнать о космосе. Также можно найти короткие видеосюжеты о событиях, рабочем и научном процессе [5].

Отдельно стоит отметить роль личности в продвижении космической отрасли. Олег Артемьев, 118-й российский космонавт-испытатель, создал собственный видеоблог на «YouTube», где рассказывает и показывает свою жизнь на Международной космической станции. Его канал имеет более 500 тысяч подписчиков и содержит около 400 видео о его работе и бытовых особенностях жизни на космической станции [6]. Некоторые из наиболее популярных видео – полет над Центральной Азией, устройство санузла на МКС и завтрак космонавта. Подобные видеоблоги позволяют обычным людям приблизиться к космосу и узнать больше о работе космонавтов.

Таким образом, в российской космической политике существует ряд направлений популяризации темы космоса, которые позволяют ассоциировать важные достижения и успехи космонавтики именно с нашим государством. Тем не менее, данные направления еще развиваются, и ожидается их интенсификация и качественные улучшения, которые поспособствуют продвижению отрасли на международном уровне. Это, в свою очередь, должно положительно сказаться на возможностях сотрудничества России с другими государствами.

Список использованных источников

1. Laruelle M. Russia's Niche Soft Power: Sources, Targets and Channels of Influence // *Russie.Nei.Visions*, 2021. №122. P. 17.
2. Seitz D., Kaiser M. Cosmic Culture [electronic resource] // Researchgate, 2019. – URL: https://www.researchgate.net/publication/338541533_Kosmiceskaa_kultura_Cosmic_Culture (дата обращения: 26.10.2023).
3. Снятый в космосе фильм «Вызов» покажут в 20 странах [электронный ресурс] // *Известия*. 13 апреля 2023 года. – URL: <https://iz.ru/1497688/2023-04-13/sniaty-i-v-kosmose-film-vyzov-pokazhut-v-20-stranakh> (дата обращения: 14.10.2023).
4. Сурма И. В. Цифровая дипломатия в мировой политике [электронный ресурс] // Государственное управление. Электронный вестник. 2015. №49. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovaya-diplomatiya-v-mirovoy-politike> (дата обращения: 10.10.2023).
5. Госкорпорация «Роскосмос» [электронный ресурс] // Telegram. – URL: https://t.me/roscosmos_gk (дата обращения: 15.10.2023).
6. Космическое видео – видеоблог Космонавта Роскосмоса Олега Германовича Артемьева [электронный ресурс] // YouTube. 2023. – URL: <https://www.youtube.com/@OlegMKS/featured> (дата обращения: 01.11.2023).

TOOLS FOR PROMOTING RUSSIAN SPACE IN THE DIGITAL SPACE

A. Ivanova

The article discusses the usage of space policy as a tool of «soft power» in Russia. The study analyzes various areas of activity that can contribute to the promotion of the state through the development of social networks and the popularization of space cinema. The use of space policy as a tool of «soft power» can contribute to the promotion of Russia on the world stage.

Keywords: space policy, Russian Federation, «soft power», space culture, digital diplomacy, popular culture.

Сведения об авторе

ИВАНОВА Анна Михайловна – ассистент кафедры истории и регионоведения, Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича, (г. Санкт-Петербург, Россия), anyuta9911@gmail.com

УДК 327

СОПРЯЖЕНИЕ ЕАЭС И ПРОЕКТА «ОДИН ПОЯС – ОДИН ПУТЬ»: ПЕРСПЕКТИВЫ И ЦЕЛЕСООБРАЗНОСТЬ

А. П. Игнатович

В статье приводится анализ ключевых факторов сопряжения двух масштабных проектов: ими являются китайская инициатива "Один пояс - один путь" и международная организация региональной экономической интеграции Евразийский экономический союз. Комплексный характер данного процесса объясняется наличием сложных политических и экономических факторов. К ним относятся особенности внутренней структуры ОПОП и ЕАЭС, способы финансирования, возможности дальнейшего расширения, общее целеполагание, а также влияние стран Запада на процесс объединения двух инициатив. Статья предлагает подробный анализ указанных аспектов, на основе чего делаются выводы о целесообразности полного слияния ЕАЭС и "Один пояс - один путь".

Ключевые слова: евразийская интеграция, «Один пояс – один путь», факторы сопряжения, влияние Запада.

Сегодня регион Центральной Азии входит в новый этап своего бурного развития, становясь площадкой для реализации инициатив, исходящих из двух масштабных проектов: таковыми являются Евразийский экономический союз (ЕАЭС) и «Один пояс - один путь» (далее ОПОП). В 2022–2023 гг. дискуссия о необходимости слияния двух проектов набирает всё большую популярность в научных кругах и в СМИ, становясь частью непрерывного поиска решений по борьбе с тяжелыми последствиями таких явлений, как пандемия COVID-19, экономический и энергетический кризисы, межгосударственные конфликты. Тем не менее, многие эксперты до сих пор не могут прийти к согласию относительно характера отношений между двумя указанными проектами, задаваясь вопросами о перспективах их сосуществования, а также о возможных противоречиях и способах их преодоления на пути к всеобъемлющей интеграции. Какие факторы позволяют назвать сопряжение ЕАЭС и ОПОП экономически целесообразным/ нецелесообразным в сложившихся геополитических реалиях?

Пожалуй, одним из основных факторов формирования уникальных экономических отношений между представителями двух проектов являются различия в организации их внутренней структуры. Так, ЕАЭС является классическим международным институтом, деятельность которого осуществляется специально созданными внутренними органами в соответствии с установленным регламентом. В то же время ОПОП сформирован двусторонними соглашениями между КНР и заинтересованными в реализации данного проекта странами. Это во многом объясняет разницу экономических целей двух проектов: пока ЕАЭС ориентирован на защиту внутренних рынков стран-участниц от внешних игроков и создание бестарифной зоны внутри Союза, ОПОП нацелен на общее разрастание зон свободной торговли для Китая с тем, чтобы укрепить своё экономическое влияние на территории потенциальных участников проекта [4]. В этом смысле эксперты в области политэко-

нонии нередко называют данный проект китайской экспансией в Центральную Азию и далее на Запад во всех её проявлениях: экономическом, политическом, социокультурном. В том же ключе они размышляют и о политике России, которая, по их мнению, стремится сохранить сильное влияние на постсоветском пространстве. Как бы то ни было, оба проекта привлекают государства Центральной Азии, выступая для них гарантом получения экономических выгод. Так, участники ОПОП могут рассчитывать на крупный поток инвестиций, разрастание инфраструктуры, увеличение капитала. Общее совпадение промежуточных задач и экономических планов государств данного региона, а также благоприятные условия для дальнейшей интеграции в сложившихся политических реалиях позволяют положительно ответить на вопрос о целесообразности экономического слияния Нового шёлкового пути и ЕАЭС.

Следующим фактором сопряжения ЕАЭС и ОПОП являются снижение торговых барьеров и свободное перемещение товаров, которые также могут стать причиной потенциального конфликта в сфере геоэкономики. Так, строительство новых транспортных маршрутов, создание крупных компаний и заключение новых экономических сделок, поиск инвестиций, общее разрастание инфраструктуры могут вызывать сложности в рамках сопряжения двух проектов в связи с присутствием конкуренции. Например, уже сегодня за внимание инвесторов борются такие логистические проекты как Транссиб и трансконтинентальный мост, ведущий из Китая в Европу через территорию Казахстана. Кроме того, важную роль здесь играет внимание к проектам со стороны третьих актёров. Возможна ситуация, при которой Европейский Союз в рамках кооперации с Китаем предложит дополнительные условия сотрудничества, которые идут вразрез с интересами России. В случае согласия КНР на данные условия процесс слияния ОПОП и ЕАЭС может замедлиться, испытав при этом финансовые убытки. Вдобавок сильная экономика ЕС в случае успешного запуска и слаженной работы китайских логистических маршрутов также сможет использовать возможности увеличения своего влияния в АТР. Однако этот пример скорее относится к потенциальным рискам, которые стоит учитывать при поддержке плавного слияния двух проектов, построенного на доверительных и взаимовыгодных отношениях его участников. Сегодня практика ведения совместных инфраструктурных проектов показывает, что сопряжение ОПОП и ЕАЭС позволяет закрыть существующие пробелы в экономических отношениях их представителей, оставшиеся после ранее имевших место кризисов, минимизации торговли между государствами-участниками и др.

Дискуссию об экономической целесообразности слияния двух проектов вызывают также отличия в финансовой составляющей их функционирования. Так, проект Нового шёлкового пути имеет собственные финансовые структуры и институты, находящиеся в ведении китайских министерств. К ним относятся Азиатский банк инфраструктурных инвестиций и Фонд Шёлкового пути (далее ФШП), капитал которого полностью основывается на китайском финансировании [1]. В свою очередь, бюджет ЕАЭС формируется за счет взносов государств-членов ЕАЭС, размеры которых являются относительно фиксированными и зависят от нормативов распределения сумм ввозных таможенных пошлин для каждого государства-члена [3]. В этом смысле ЕАЭС является менее свободным в сравнении с финансовой активностью Ки-

тая в рамках ОПОП, так как первому необходимо координировать свои денежные потоки путем проведения регулярных консультаций, в то время как Китай сам выбирает пути дальнейших вложений. Такое положение дел наряду с более слабой экономикой постсоветских стран в сравнении с китайской склоняет государства-члены ЕАЭС к поиску новых возможностей сотрудничества с Китаем, который в рамках ОПОП может предложить дополнительные инвестиции ввиду планирования новых совместных предприятий.

Важным фактором гармонизации двух проектов является взгляд Китая на роль России в данном вопросе. Так, РФ стала первой страной ЕАЭС, выступившей с инициативой сопряжения Союза и Экономического пояса Шёлкового пути в рамках Совместного заявления КНР и РФ. Сегодня китайские эксперты считают Россию флагманом Евразийской интеграции, воспринимая ЕАЭС российским вариантом «Пояса и пути» [4]. В этой связи Пекин поддерживает постоянный двусторонний контакт с Москвой, ориентируясь на её лидерский потенциал в рамках Союза. Тем не менее, быстрое развитие инициативы «Пояс и путь» возможно при поддержании Китаем двустороннего и многостороннего диалога со всеми странами-членами ЕАЭС. Современные положительные тенденции в экономических отношениях Китая с Арменией, Беларусью, Казахстаном и Киргизией позволяют оценить переговоры государств-участников проектов как эффективные. Стоит, однако, подчеркнуть, что именно диалог Пекин-Москва во многом будет определять векторы развития двух проектов и пути их дальнейшего слияния в обозримом будущем. Сегодня мы имеем дело с высоким уровнем развития российско-китайских отношений в экономической, политической, военной, образовательной, информационно-технологической и других сферах. С опорой на данный фактор дальнейшее сопряжение ЕАЭС и ОПОП также можно считать экономически целесообразным.

При прочих равных процесс сопряжения ОПОП и ЕАЭС невозможно рассматривать вне фактора влияния и учета позиций ЕС и США. И в этом смысле перед участниками Евразийской интеграции, в частности РФ, стоит ряд задач. Не секрет, что нынешняя политическая элита Евросоюза скептически настроена в отношении сотрудничества с ЕАЭС и дальнейшего его разрастания, воспринимая его как инструмент России по увеличению торговых барьеров всех участников Союза с тем, чтобы нивелировать конкуренцию со стороны европейских предприятий в регионе. Такая политическая логика способна ещё более усугубить отношения РФ-ЕС; в этой связи, задачей России является нивелирование подобных взглядов в Европе путем сопряжения проектов ОПОП и ЕАЭС. Тесное взаимодействие Пекина и Москвы станет для Брюсселя сигналом к продолжению диалога с Россией и другими государствами-членами ЕАЭС, что позволит возобновить сотрудничество ЕС и России на высоком уровне, продолжив реализацию замороженных проектов даже в условиях антироссийских санкций [2].

Несколько сложнее представляется взаимодействие с США и их роль в рамках рассматриваемого вопроса. Их санкционная война против России, а также торговая война против Китая негативно сказываются на благосостоянии актёров, участвующих в данных процессах. Вместе с тем вышеуказанные действия Соединенных Штатов способствуют усилению взаимодействия представителей ЕАЭС и ОПОП с целью смягчения негативных последствий

политики Вашингтона. Уже сегодня Москва и Пекин придерживаются единого курса на отказ от использования американского доллара и системы совершения платежей SWIFT, а также на усиление информационной безопасности государства и разработку новых программ в сфере страхования рисков. Таким образом, политика США ещё более сплачивает Москву и Пекин вокруг преодоления общих вызовов, что закономерно ведет к сопряжению проектов ОПОП и ЕАЭС. Это говорит о том, что слияние инициатив Евразийской интеграции и «Один пояс – один путь» способно облегчить дальнейшее взаимодействие государств-членов ЕАЭС и Пекина с Евросоюзом и США, оправдав свою экономическую целесообразность.

Подводя итог, стоит отметить, что сопряжение двух рассматриваемых проектов является комплексным процессом, для которого характерно переплетение различных факторов и обстоятельств сотрудничества. В силу ограниченного объёма работы, автором упомянута лишь часть этих факторов, отобранных по принципу их популярности в СМИ и в научных исследованиях.

Опираясь на них, можно утверждать, что сопряжение проектов «Один пояс – один путь» и ЕАЭС можно назвать экономически целесообразным по большинству критериев. Ими являются доверительные российско-китайские отношения, взаимовыгодное сотрудничество и возможность получения крупных инвестиций, рост количества экономических сделок, заключаемых Китаем и государствами-членами ЕАЭС и бурное развитие их торговых отношений. Особенным сплачивающим фактором в данном контексте является зачастую недружественная политика стран Запада в отношении России и КНР. Сопряжение проектов ОПОП и ЕАЭС способно привлечь новых партнеров из США и Европы, снизив тем самым градус напряжения в сложившихся геополитических реалиях.

Тем не менее, существует ряд факторов, которые могут усложнить нынешний процесс слияния ОПОП и ЕАЭС. Ими являются разница во внутренней структуре проектов и в финансовых возможностях государств-участников, расхождение в некоторых конечных целях, конкуренция, негативное влияние на процесс со стороны стран Запада. Однако, нынешние тенденции в отношениях Китая со странами в составе ЕАЭС указывают на то, что эти государства способны успешно преодолеть существующие противоречия и вызовы. В этой связи мнение о том, что сопряжение ОПОП и Евразийской интеграции является экономически нецелесообразным, может быть опровергнуто. Более того, ускорение данного процесса может привести к росту большинства экономических показателей уже в ближайшем будущем.

Список использованных источников

1. Шамахов В. А., Случевский В. В. Некоторые аспекты сопряжения проектов ЕАЭС - «Один пояс – один путь» // Евразийская интеграция: экономика, право, политика: электрон. науч. журн. – 2019. – № 1. – С. 28–33.
2. Бо У. Фонд Шелкового пути: основные направления и результаты деятельности // Экономика и бизнес: теория и практика: электрон. науч. журн. – 2018. – № 5–2. – С. 134–142.
3. Суховецкий М. И. Правовая интеграция формирования доходов и расходов бюджета стран ЕАЭС // Тенденции развития науки и образования: электрон. науч. журн. – 2019. – № 49–7. – С. 33–38.

4. Крастев И., Леонард М. Новый европейский беспорядок // Россия в глобальной политике: обществ.-полит. журн. – 2014. – № 6. – С. 48–63.

COUPLING OF THE EAEU AND THE "ONE BELT, ONE ROAD" PROJECT: PROSPECTS AND FEASIBILITY

A. Ignatovich

The article provides an analysis of the key factors of the merger of two large-scale projects: they are the Chinese initiative "One Belt, One Road" and the international organization for regional economic integration, the Eurasian Economic Union. The complex nature of this process is explained by the presence of complicated political and economic factors. These include the specifics of the internal structure of the Belt and Road Initiative and the EAEU, financing methods, opportunities for further expansion, common goal-setting, as well as the influence of Western countries on the process of merging the two initiatives. The article offers a detailed analysis of these aspects, on the basis of which conclusions about the feasibility of a complete merger of the EAEU and "One Belt, One Road" are drawn.

Keywords: Eurasian integration, "One Belt, One Road", conjunction factors, influence of the West.

Сведения об авторе

ИГНАТОВИЧ Анастасия Павловна – магистрант, Санкт-Петербургский государственный университет, (г. Санкт-Петербург, Россия), ignatovich19@icloud.com

УДК 004.8

ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА НА ПРИМЕРЕ США

Д. П. Черная, Д. И. Исаенко

В статье рассматриваются вопросы правового регулирования искусственного интеллекта (ИИ) на примере Соединенных Штатов Америки: предыстория регулирования, а также пункты самого правового акта о ИИ.

Ключевые слова: искусственный интеллект, ИИ, правовое регулирование, Соединенные Штаты Америки, США.

В 2023 году Британский интернет-ресурс Collins Dictionary, являющийся одним из самых крупных интернет-словарей в мире, объявил аббревиатуру «ИИ», обозначающую термин «искусственный интеллект» словом года. Согласно упомянутому словарю, под термином «искусственный интеллект» подразумевают тип компьютерных технологий, который заключается в том, чтобы заставить устройства работать интеллектуально, подобно тому, как работает человеческий разум. По данным Яндекс Вордстат, за период январь 2022 г. - октябрь 2023 г. количество соответствующих поисковых запросов выросло приблизительно в 3 раза. По утверждению профессора экономики Масачусетского технологического института Дарона Анджемоглу, ИИ уже влияет практически на все сферы жизни. Однако пока его использование приносит обществу больше ущерба, чем обещанных выгод, и проблема тут не в самой технологии, а в ее применении. Связи с совершенствованием технологий и ростом доступности моделей ИИ, в частности нейронных сетей, возрастает важность правового урегулирования. [1,2, 3].

Первые шаги в сторону правового регулирования вопросов применения ИИ были приняты в Китае 23 мая 2023 года, на 12-м заседании Национального интернет-информационного бюро была проведена промульгация временных мер по управлению созданными службами ИИ. [4].

Спустя некоторое время, 30 мая 2023 года было опубликовано открытое письмо с заявлением о риске ИИ со следующим утверждением: «Снижение риска вымирания от ИИ должно быть глобальным приоритетом наряду с другими рисками в социальном масштабе, такими как пандемии и ядерная война», которое подписали как видные учёные, бизнесмены и эксперты в области ИИ, политики, так и простые граждане, среди которых можно выделить генерального директора OpenAI Сэма Альтмана, основателя Microsoft Била Гейтса, генерального директора Google DeepMind Демиса Хасабиса, руководителя отдела исследований Российской ассоциации ИИ Альберта Ефимова и многих других, что подчёркивает обеспокоенность проблемой вовлечённых людей. Данное открытое письмо получило широкую огласку и с этого момента о необходимости введения ограничений и регулирования в области ИИ стали говорить массово. [5].

Следующим важным шагом стало подписание добровольных обязательств 21 июля 2023 года от семи ведущих американских технологических компаний (в том числе Google, Microsoft, OpenAI, Amazon и другие) в области разработки ИИ, которые предложили создать способы идентификации мате-

риалов, созданных ИИ, и тестирования их инструментов для обеспечения безопасности перед публичным выпуском. [6].

30 октября 2023 года президентом США Джо Байденом был подписан указ о регулировании ИИ-сферы. Документ устанавливает стандарты безопасности, равенства, неприкосновенности частной жизни, взаимодействия со сферой труда. Указ базируется на ранее взятых на себя обязательствах компаниями-разработчиками ИИ. [7].

Указ делится на следующие разделы:

1. новые стандарты безопасности ИИ;
2. защита конфиденциальности американцев;
3. продвижение равенства и гражданских прав;
4. защита потребителей, пациентов и студентов;
5. поддержка работников;
6. содействие инновациям и конкуренции;
7. продвижение американского лидерства за рубежом;
8. обеспечение ответственного и эффективного использования правительством ИИ.

1. Новые стандарты безопасности ИИ

Разработчики ведущих систем ИИ обязались предоставлять результаты тестов безопасности и другую важную информацию правительству США. Предусмотрены строгие стандарты и инструменты для гарантированного обеспечения безопасности. Особое внимание уделяется защите от рисков использования ИИ в биологическом синтезе и предотвращению мошенничества и обмана с помощью ИИ. Создается программа кибербезопасности для поиска и устранения уязвимостей в критически важном программном обеспечении. Также разрабатывается Меморандум о национальной безопасности для этичного использования ИИ в военных и разведывательных целях, а также для противодействия военному использованию ИИ противниками.

2. Защита конфиденциальности американцев

В целях защиты конфиденциальности граждан США, предусмотрено ускорение разработки и применения методов сохранения конфиденциальности, включая передовые технологии ИИ. Федеральная поддержка направлена на укрепление исследований, включая криптографические инструменты. Разрабатываются руководящие принципы для оценки эффективности методов сохранения конфиденциальности, в том числе применяемых в системах ИИ.

3. Продвижение равенства и гражданских прав

Для решения проблемы алгоритмической дискриминации предусмотрено обучение, техническая помощь и координация между Министерством юстиции и федеральными ведомствами по гражданским правам. Это включает передовые практики расследования нарушений гражданских прав, связанных с ИИ. Также акцентировано обеспечение справедливости в системе уголовного правосудия через применение передового опыта использования ИИ в различных аспектах, включая вынесение приговоров, условно-досрочное освобождение, оценку рисков и другие сферы уголовного процесса.

4. Защита потребителей, пациентов и студентов

Акцентированы усилия с целью содействия ответственному использованию ИИ в здравоохранении и разработке лекарств. Это включает сотрудничество в направлении создания доступных и жизненно важных медицинских

решений. Также подчеркнута формирование потенциала ИИ для улучшения образования через создание ресурсов, поддерживающих преподавателей с использованием образовательных инструментов на базе ИИ, таких как персонализированное репетиторство в школах.

5. Поддержка работников

В целях смягчения вреда и максимизации преимуществ ИИ для работников, разрабатываются новые принципы. Это включает решение проблем перемещения рабочих мест, трудовых стандартов, равенства, здоровья и безопасности на рабочем месте, а также сбор данных. Предусмотрено составление отчета о потенциальном влиянии ИИ на рынок труда и выявление вариантов укрепления федеральной поддержки работников, сталкивающихся с перебоями в работе от ИИ.

6. Содействие инновациям и конкуренции

Для ускорения исследований и развития ИИ в США предусмотрен пилотный проект Национального исследовательского ресурса ИИ. Этот инструмент предоставит исследователям и студентам доступ к ключевым ресурсам. Также расширяются гранты на исследования ИИ в областях, таких как здравоохранение и изменение климата. Второй пункт указа направлен на поощрение справедливой, открытой и конкурентоспособной экосистемы ИИ, предоставляя мелким разработчикам и предпринимателям доступ к технической помощи и ресурсам для коммерциализации прорывов в ИИ.

7. Продвижение американского лидерства за рубежом

Государственный департамент и Министерство торговли ведут совместные усилия по созданию надежных международных рамок для использования преимуществ ИИ, управления рисками и обеспечения безопасности. В рамках этого плана предусмотрено ускорение разработки и внедрение жизненно важных стандартов ИИ с международными партнерами, гарантируя безопасность, надежность и совместимость технологии. Также выделяется роль содействия безопасному, ответственному развитию ИИ за рубежом для решения глобальных проблем, таких как устойчивое развитие и обеспечение безопасности критической инфраструктуры.

8. Обеспечение ответственного и эффективного использования правительством ИИ

Для обеспечения ответственного и эффективного использования ИИ правительством планируется выпуск руководства для агентств с четкими стандартами по защите прав и безопасности, упрощению закупок и развертыванию ИИ, помощь агентствам в более быстром, дешевом и эффективном приобретении продуктов и услуг ИИ через улучшение процесса заключения контрактов, ускорение найма специалистов по ИИ, включая установление президентской стипендии по инновациям, а также обучение сотрудников всех уровней в соответствующих областях.

Проблемы и возможности ИИ являются глобальными. Администрация Байдена-Харрис продолжит работать с другими странами для поддержки безопасного, надежного и надежного развертывания и использования ИИ по всему миру.

В контексте современных технологических достижений и распространения ИИ выявляется не только упрощение процессов извлечения, идентификации и использования персональных данных, но и усиление мотиваций для

этого, поскольку компании вовлечены в использование данных для обучения систем ИИ. С целью более эффективной защиты конфиденциальности граждан США, включая риски, связанные с ИИ, Президент обращается к Конгрессу с призывом принять двустороннее законодательство о конфиденциальности данных для обеспечения защиты всех граждан, особенно детей, и принимает следующие инициативы:

Безответственное использование ИИ может привести и углубить дискриминацию, предвзятость и другие злоупотребления в сфере правосудия, здравоохранения и жилья. Администрация Байдена-Харрис уже приняла меры, опубликовав план Билля о правах ИИ и издав указ, направляющий агентства по борьбе с алгоритмической дискриминацией, при этом применяя существующие органы власти для защиты прав и безопасности людей.

Список использованных источников

1. Collins - The Collins Word of the Year 2023 is... [electronic resource] // Collins Online Dictionary. – URL: <https://www.collinsdictionary.com/woty> (last request: 29.10.2023).
2. Яндекс Вордстат [электронный ресурс] // URL: <https://wordstat-2.yandex.ru/> (дата обращения: 29.10.2023).
3. Harms of AI, Daron Acemoglu [electronic resource] // National Bureau of Economic Research <https://www.nber.org/papers/w29247> (last request: 29.10.2023).
4. Китай первым в мире утвердил закон о регулировании искусственного интеллекта [электронный ресурс] // Sostav.ru - новости рекламы и маркетинга. URL: <https://www.sostav.ru/publication/kitaj-sozdal-pravila-dlya-ispolzovaniya-ii-61818.html> (дата обращения: 29.10.2023).
5. Statement on AI Risk [electronic resource] // Center for AI Safety (CAIS). URL: <https://www.safe.ai/statement-on-ai-risk#open-letter> (last request: 29.10.2023).
6. FACT SHEET: Biden-Harris Administration Secures Voluntary Commitments from Leading Artificial Intelligence Companies to Manage the Risks Posed by AI [electronic resource] // The White House. URL: <https://www.whitehouse.gov/briefing-room/statements-releases/2023/07/21/fact-sheet-biden-harris-administration-secures-voluntary-commitments-from-leading-artificial-intelligence-companies-to-manage-the-risks-posed-by-ai/> (last request: 29.10.2023).
7. FACT SHEET: President Biden Issues Executive Order on Safe, Secure, and Trustworthy Artificial Intelligence [electronic resource] // The White House. URL: – <https://www.whitehouse.gov/briefing-room/statements-releases/2023/10/30/fact-sheet-president-biden-issues-executive-order-on-safe-secure-and-trustworthy-artificial-intelligence/> (last request: 29.10.2023).

LEGAL REGULATION OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE ON THE EXAMPLE OF THE USA

D. Chernaya, D. Isaenko

The article discusses issues of legal regulation of artificial intelligence (AI) using the example of the United States: the background of regulation, as well as the clauses of the legal act on AI itself.

Keywords: artificial intelligence, AI, legal regulation, United States, USA.

Сведения об авторах

ИСАЕНКО Дмитрий Игоревич – ассистент кафедры ФиЛС, Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича, (г. Санкт-Петербург, Россия), isaenko-d@mail.ru

ЧЁРНАЯ Дарья Петровна – бакалавр, Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича, (г. Санкт-Петербург, Россия), drchernaya@gmail.com

УДК 327.7

ВЫХОД РОССИИ ИЗ СОВЕТА БАРЕНЦЕВА/ЕВРОАРКТИЧЕСКОГО РЕГИОНА: ПОСЛЕДСТВИЯ И ДАЛЬНЕЙШИЕ ШАГИ

Е. В. Коровкина

В данном исследовании обсуждается роль региональных международных организаций в развитии сотрудничества между государствами и укреплении мира в современном мире с акцентом на Россию и ее участие в двух ключевых организациях: Совете Баренцева/Евроарктического региона (СБЕР) и Арктическом совете. В тексте описаны различия между этими организациями и последствия выхода России из СБЕР. В нем подчеркивается важность участия России в Арктическом совете и потенциальное использование этой роли в региональном сотрудничестве и разрешении конфликтов в Арктике.

Ключевые слова: региональные и международные организации, Совет Баренцева, Арктический Совет, международное сотрудничество.

Региональные международные организации играют важную роль в содействии сотрудничества между государствами и укреплении мира в современном мире. Решение России покинуть Совет Баренцева/Евроарктического региона (СБЕР) и её участие в Арктическом Совете поднимают ряд ключевых вопросов о последствиях и будущем её членства в региональных структурах. Важно отметить, что СБЕР и Арктический Совет имеют различные цели и состав членов.

СБЕР был создан в 1993 году с целью укрепления сотрудничества между странами региона Баренцева моря. Эта организация объединяла такие страны, как Норвегия, Швеция, Финляндия, Исландия и Россия [1].

Для сотрудничества административно-территориальных образований в рамках Совета Баренцева/Евроарктического региона был создан Баренцев региональный совет. В него вошли следующие территории:

- провинция Лапландия, области Оулу, Кайнуу и Северная Карелия (Финляндия);
- области Нурланн и Тромсог-Финнмарк (Норвегия);
- провинции Норрботтен и Вестерботтен (Швеция);
- Архангельская и Мурманская области, Республики Карелия и Коми, Ненецкий автономный округ (Россия).

Председательство в Баренцевом региональном совете сменяется раз в два года. Председателем на период 2021-2023 годов является Ненецкий автономный округ.

Руководство в Совете Баренцева осуществляется поочередно между Финляндией, Норвегией, Россией и Швецией. В 2021-2023 годах председательствует Финляндия. С октября 2023 года председательство должно было перейти России, но в марте прошлого года страны — участницы Совета сообщили о приостановке сотрудничества с Россией.

На совете Баренцева обсуждались различные вопросы по развитию регионов. Например, экономическое сотрудничество и инвестиции представляют собой один из ключевых аспектов. Решение России покинуть СБЕР оказы-

валяет влияние на экономическое сотрудничество в регионе Баренцева моря. Совет играл ключевую роль в содействии совместным экономическим проектам и инвестициям между Россией и другими странами-участниками, такими как Норвегия и Швеция. Выход России может потенциально затронуть экономические возможности и инвестиционный климат в регионе.

Охрана окружающей среды и устойчивое развитие представляют еще один важный аспект. СБЕР фокусировался на вопросах охраны окружающей среды и устойчивого развития в регионе Баренцева моря. Этот выход России оставляет вопросы о судьбе проектов, связанных с экологией и устойчивым развитием в регионе. Важно рассмотреть, какие стратегии и меры могут быть предприняты для обеспечения сохранения природной среды и устойчивого развития в этом контексте.

Международные отношения и сотрудничество также остаются на первом плане. Выход России из СБЕР может повлиять на диалог и сотрудничество с другими странами, оставшимися членами организации. Однако Россия продолжает участие в Арктическом Совете и других форумах, что предоставляет возможность для международного сотрудничества и диалога в регионе. Важно изучить, как эти новые формы сотрудничества могут заменить утраченные возможности в рамках СБЕР.

Безопасность и геополитика остаются ключевыми аспектами в этом контексте. Баренцево море имеет стратегическое значение, и изменения в сотрудничестве и взаимодействии могут повлиять на безопасность и стабильность в регионе. Рассмотрение безопасности и геополитических аспектов важно для полного понимания последствий выхода России.

Управление природными ресурсами представляет еще один важный аспект. СБЕР играл важную роль в согласовании управления природными ресурсами, включая рыболовство и добычу нефти и газа в регионе Баренцева моря. Выход России может повлиять на управление этими ресурсами, и могут потребоваться новые договоренности и соглашения.

Следует подчеркнуть, что выход России из СБЕР оставляет вопросы о будущем сотрудничества в регионе открытыми. Это может повлиять на различные аспекты, такие как охрана окружающей среды, управление природными ресурсами и сотрудничество в области морской безопасности. Один из наиболее значимых эффектов выхода России из СБЕР – это уменьшение способности совместно решать важные экологические проблемы, такие как загрязнение морей и изменение климата, что критически важно в контексте Баренцева моря как уникальной экосистемы, требующей совместных усилий всех заинтересованных стран. Несмотря на это, Россия продолжает участие в Арктическом Совете, что подчеркивает важность региона для страны и её стремление к сотрудничеству в региональных вопросах.

С другой стороны, Арктический Совет – это форум, объединяющий восемь арктических государств, а именно Россию, США, Канаду, Данию, Норвегию, Швецию, Финляндию и Исландию [2]. Целью Арктического Совета является содействие сотрудничеству и координации действий среди этих стран в арктическом регионе. Основные области сотрудничества включают изменение климата, охрану окружающей среды, безопасность и устойчивое развитие.

Арктика – ключевой регион для России, поскольку страна обладает обширными природными ресурсами, такими как нефть и газ, и имеет стратеги-

ческий интерес в добыче и транспортировке этих ресурсов через северные морские пути. Сохранение стабильности и безопасности в Арктике остается важной целью для России, и её роль в обеспечении экологической устойчивости в этом уникальном регионе является критически важной.

Арктический Совет также играет ключевую роль в регулировании и управлении арктическими вопросами, такими как климатические изменения, охрана окружающей среды и морская безопасность. Северные морские пути становятся все более доступными из-за таяния льда в Арктике, что увеличивает необходимость в морской безопасности и сотрудничестве в этой области. В этом контексте, Россия, как один из главных игроков в этом регионе, имеет потенциал для активного сотрудничества с другими арктическими странами для обеспечения безопасного движения по северным морским путям и регулирования морских вопросов.

Кроме того, Россия может использовать свою роль в Арктическом Совете для укрепления своей позиции как медиатора и посредника в разрешении конфликтов и споров в регионе. Это может способствовать обеспечению стабильности и сотрудничества среди арктических государств, что важно для обеспечения мира и безопасности в регионе.

Таким образом, разница между СБЕР и Арктическим Советом заключается в их целях и составе членов. СБЕР ориентирован на сотрудничество в регионе Баренцева моря и уделяет внимание вопросам окружающей среды, устойчивого развития, экономики и безопасности. В то время как Арктический Совет объединяет более широкий круг арктических государств и ориентирован на координацию действий в арктическом регионе в области изменения климата, охраны окружающей среды, безопасности и устойчивого развития.

В целом, несмотря на выход из СБЕР, России стоит продолжать активное участие в Арктическом Совете и использовать эту платформу для сотрудничества, обсуждения важных вопросов и укрепления своей роли в устойчивом развитии и безопасности Арктики. Арктика остается ключевым приоритетом для России, и её участие в региональном сотрудничестве важно для достижения общих целей в этом уникальном регионе.

Несмотря на то, что Россия покинула Совет Баренцева/Евроарктического региона, она имеет право голоса по многим вопросам, связанным с Арктикой через Арктический Совет. Следовательно, выход из СБЕР не повлиял на международные отношения России по вопросам севера.

Список использованных источников

1. The Barents Euro-Arctic Council [electronic resource] // The Barents Euro-Arctic Council. URL: <https://barents-council.org/> (last request: 19.09.2023)
2. Арктический совет [электронный ресурс] // Arctic Council. URL: <https://arctic-council.org/ru/> (дата обращения: 21.09.2023).

*Статья представлена научным руководителем
старшим преподавателем кафедры истории и регионоведения
Неровным А. В.*

RUSSIA'S WITHDRAWAL FROM THE BARENTS/EURO-ARCTIC COUNCIL: CONSEQUENCES AND FUTURE STEPS

E. Korovkina

This study discusses the role of regional international organizations in promoting cooperation between states and strengthening peace in the modern world, with a focus on Russia and its participation in two key organizations: the Barents/Euro-Arctic Council (BEAC) and the Arctic Council. The text describes the differences between these organizations and the consequences of Russia's withdrawal from BEAC. It emphasizes the importance of Russia's participation in the Arctic Council and the potential use of this role in regional cooperation and conflict resolution in the Arctic.

Keywords: regional and international organizations, Barents Council, Arctic Council, international cooperation.

Сведения об авторе

КОРОВКИНА Екатерина Викторовна – магистрант, Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича, (г. Санкт-Петербург, России), yonhuuh@gmail.com

НЕРОВНЫЙ Артем Викторович – **научный руководитель** – старший преподаватель кафедры истории и регионоведения, Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича, (г. Санкт-Петербург, России), art830@yandex.ru

УДК 9.94

К ИСТОРИИ ПРОПАГАНДЫ В ЕВРОПЕ: РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ВЛАСТИ В ТЮДОРОВСКОЙ АНГЛИИ

А. Ф. Лапшина

В центре внимания статьи история возникновения термина «пропаганда». Рассмотрена эволюция термина «пропаганда» и употребление этого термина в Англии. С помощью письменных и изобразительных источников рассматривается вопрос репрезентации власти династии Тюдоров.

Ключевые слова: пропаганда, репрезентация, Тюдоры, источник, власть.

Традиционно принято считать, что термин «пропаганда» получил широкое распространение в общественном сознании начиная с XIX в. В XX в. она становится одним из ключевых элементов политической борьбы. Однако следует оговориться о том, что корни самого термина «пропаганда» уходят в позднее Средневековье и раннее Новое время и признаки пропагандистской деятельности можно увидеть в разных эпохах.

Первое понимание термина очень отлично от используемого в XXI в. В период античности, в латыни это слово использовалось для обозначения размножения животных и растений [1]. В XVI в. термин «пропаганда», в самых разных коннотациях, под влиянием римской католической церкви, в буквальном переводе стал обозначать «то, что должно распространяться». С использованием этого термина папа римский Григорий III назначил трех кардиналов для распространения веры среди нехристиан (буквально «de propaganda fide») [1]. Папа римский Григорий XV создал святое братство для миссионерской, или, пропагандистской деятельности в далеких землях [1]. Из приведенных примеров видно, что долгое время термин носил религиозную окраску, но уже куда более близкую к его современному значению.

В английском языке термин «пропаганда» впервые появляется в 1718 г. [1], однако можно ли при этом говорить, что до XVIII в. пропаганды в Англии не было? В определенном смысле можно сказать, что элементы пропаганды формировались ещё до того, как само слово получило широкое распространение. Когнитивным носителем идеи зачастую выступает не само слово, а скорее, какой-либо образ, который необходимо как-то систематизировать. В соответствии с этим тезисом, признаки пропаганды, с некоторыми оговорками, присутствовали уже во времена правления династии Тюдоров (1485–1603 гг.).

Можно ли говорить о пропаганде в современном смысле этого слова в тюдоровской Англии? Ответ скорее «нет», чем «да». Некоторые её элементы существовали, однако не выходили за рамки репрезентативных практик власти.

Однако, именно Тюдоры, в отличие от своих предшественников – Плантагенетов, Ланкастеров и Йорков, активно и последовательно уделяли большое внимание репрезентации своей власти с целью ее укрепления. В настоящей статье будут продемонстрированы примеры такой репрезентативной деятельности.

Династии Тюдоров была необходима дополнительная опора для того, чтобы удержаться у власти, ведь традиционных легенд о божественном про-

исхождении могло быть недостаточно, учитывая обстоятельства, при которых дом занял трон. Следовало в кратчайшие сроки утвердиться в глазах подданных, убедить всех в полной законности занятия Тюдорами английского престола.

Генрих VII, первый Тюдор на английском престоле, создал целый штат придворных историков, которые формировали легитимирующие власть династии нарративы и портретистов, создававших полотна, которые легли в основу мифологии династии. Именно с этого момента и в связи с этими направлениями деятельности можно говорить о начале своеобразной династической пропаганды.

Самым широким пластом источников, доказывающих наличие пропагандистского элемента в репрезентативных практиках династии, являются письменные источники. Это многочисленные исторические сочинения, памфлеты, поэмы, письма и многое другое.

К значимым историческим трудам такого рода, можно отнести, например, историю Генриха VIII, описанную Холлом в «Союзе двух благородных и славных домов Йорков и Ланкастеров» («The union of two noble and illustre families York and Lancaster, 1542») [2]. Явно панегирический характер произведения говорит о том, что это сочинение нацелено на формирование исключительно положительного образа власти молодой династии.

Не менее популярным публицистическим источником является поэма «Лебединая песнь» Джона Лиланда [3], приуроченная к рождению в королевской семье Генриха VIII и Джейн Сеймур наследного принца Уэльского, Эдуарда VI. В ней автор восхваляет как всю династию, так и лично Генриха VIII.

Для современных исследователей наличие подобных письменных источников, проливающих свет на историю тудоровской репрезентации власти, несомненно ценно. Но на момент XV–XVI вв. намного важнее был другой канал формирования образа власти. Дело в том, что грамотность оставалась низкой, тираж, ранее упоминаемых произведений был небольшим. Значит, нужно было искать другие инструменты, более доступные для восприятия.

Таким альтернативным способом репрезентации выступают вещественные источники, самыми ценными из которых, в контексте темы статьи, являются предметы изобразительного искусства и памятники архитектуры.

Тюдоры, как и все ренессансные династии, любили живопись и активно использовали ее в репрезентативных целях. В правление каждого представителя династии было создано минимум по два – а зачастую больше – парадных портрета. Существует целая группа изобразительных источников по эпохе, созданных Г. Эвортом, придворным художником Г. Голбейном Младшим, А. Мором и многими другими.

Самыми показательными, из них по праву считаются полотна, на которых изображена королева Елизавета I, каждый из которых обладает собственной спецификой и наполнен множественными смыслами. Учитывая ограниченный объем статьи, обратимся к одному полотну, созданному в 1592 г. Джорджем Гауэром и называемому «Портрет Елизаветы I. Непобедимая армада» [5].



Рис. 1 - Джордж Гауэр. Портрет с Непобедимой Армадой. 1592

Согласно М. Пастуро [8] изображения Средних веков всегда следует анализировать начиная с заднего плана и только потом переходить к переднему. В называемом портрете «Непобедимая армада» на заднем плане зритель видит два окна, в первом из которых изображена испанская флотилия, а во втором, то, что с ней стало, после встречи с Ее Величеством. Это один из наиболее ярких примеров использования живописного полотна в репрезентативных целях, для демонстрации величия Англии на море и заслуги в этом именно Елизаветы I.

Если говорить об архитектуре как элементе репрезентативных практик, использовавшихся Тюдорами, то, прежде всего, следует отметить, что после королевской Реформации она должна была носить светский характер, чтобы ещё раз подчеркнуть разрыв с римской католической церковью. И тут велика заслуга Генриха VIII и его истинной любви – Уайтхола, выстроенного вдоль берега Темзы. Отличающийся колоссальными размерами замок, должен был презентовать величие и властные амбиции династии Тюдоров.

Портреты и архитектура имели своей аудиторией придворных, иностранных послов, аристократию и т. п. Однако указанные инструменты репрезентации все еще не позволяли Тюдорам выйти в своей пропагандистской деятельности за пределы элиты. Альтернативой, которая дала возможность охватить значительно более широкие круги населения, стали церемонии.

Торжественные королевские мероприятия в эпоху правления Тюдоров получили широкий размах в Англии и были самыми яркими и грандиозными из всех возможных зрелищ [6]. Пока монарх в окружении штандартов и в сопровождении звуков музыкальных инструментов следовал сквозь ряды людей, он как бы приближался к своим подданным. Горожане, в свою очередь, готовились к встрече процессии: украшали улицы, вывешивали из окон ковры, гирлянды цветов и флаги [6]. В определённых местах сооружались триумфальные арки, возводились платформы с живыми картинами весьма изо-

шренного аллегорического содержания. Мимолётные контакты с государями давали горожанам возможность выразить им свои чувства. Подобные «встречи с народом» всегда удавались Генриху VIII [6].

Такие торжественные королевские мероприятия были нацелены на самые разные прослойки английского общества. Например, пышное открытие каждой сессии Парламента позволяло воздействовать на самые широкие категории населения. Хоть аудитория и была не слишком многочисленной, но зато являлась наиболее репрезентативной группой, поскольку члены Парламента представляли различные избирательные округа королевства [6]. Они были способны, с одной стороны, точнее уловить суть королевского послания, содержащегося в официальных речах, жестах, внешних проявлениях и церемониальных действиях, и, с другой стороны, впоследствии донести свои впечатления до региональных сообществ.

Процессии по случаю коронации, триумфальные выезды в столицу по случаю Рождества, венчания знатных особ, летние поездки по стране способствовали формированию образа монарха, который искренне беспокоился о благе своих подданных. В рамках таких событий встречи королей с населением были хаотичными, а состав тех, кому выпала удача оказаться в непосредственной близости от парадного кортежа монарха, была достаточно случайной и самой разнообразной, однако важную роль играла частота подобных встреч. Разумеется, коронационные процессии непременно сопровождали восшествие на престол каждого следующего монарха. Празднества в честь венчаний также были достаточно регулярными и не прекратились даже после покушения на жизнь Анны Болейн во время церемонии. Летние выезды могли откладываться или переноситься лишь по случаю чрезвычайных событий, таких как эпидемии или восстания. На формирование образа королевской власти играло всё: и сама процессия, и оформление королевского выезда (карет и лошадей), и внешний вид монарха, и его щедрость. Богатое убранство официального королевского костюма, по-видимому, производило чрезвычайно сильное впечатление на зрителей [7]. Формирование визуального образа власти, безусловно, способствовало укреплению престижа династии в глазах подданных.

Немаловажное место в репрезентативной деятельности продолжали занимать религиозные обряды, связанные с «чудотворной силой» монарха. Целительные силы были неприкосновенной привилегией королевских особ в силу божественной благодати, получаемой ими в результате помазания.

Традиционными для Англии XV–XVI вв. были обряд освящения колец на венчание, Великая пятница, обмывание больных по библейскому примеру, излечение больных прикосновением. Первый обряд не пережил XV в. [4], зато остальные только усилились при Марии I и Елизавете I Тюдор.

В статье представлены лишь несколько примеров того, как новая династия стремилась повсеместно распространить мысль о том, что она заслуженно занимает английский престол. Для этого монарший дом использовал литературу, изобразительное искусство, церемониальные процессии. Все это должно было формировать в сознании подданных положительный образ династии Тюдоров и лояльность к ним. При этом следует помнить о том, что термин «пропаганда», применительно к тюдоровской Англии можно использовать только в пределах репрезентативных практик.

Список использованных источников

1. Fellows E. W. Propaganda: History of a Word // American Speech. – 1959. – Vol. 34. – No. 3. – P. 182.
2. Hall E. The union of two noble and illustre families York and Lancaster. 1542 [electronic resource] // ЕЕВОТСП. URL: <http://name.umdl.umich.edu/A02595.0001.001> (last request: 29.10.2023).
3. Liland J. Κύκνειον ῥομα. 1545 [electronic resource] // URL: <https://philological.cal.bham.ac.uk/swansong/contents.html> (last request: 29.10.2023)
4. Блок М. Короли-чудотворцы: Очерк представлений о сверхъестественном характере королевской власти, распространенных преимущественно во Франции и в Англии // М.: Школа «Языки русской культуры», 1998. – 712 с.
5. Гауэр Дж. Портрет с Непобедимой Армадой. 1600 [электронный ресурс] // URL: https://im.kommersant.ru/Issues.photo/LifeStyle_Online/2021/05/31/KLS_000002_01254_1_t218_111212.jpg (дата обращения 29.10.2023).
6. Дмитриева О. Елизавета Тюдор // М.: Молодая гвардия, 2012. – 306 с.
7. Королевский двор в политической культуре средневековой Европы // М.: Наука, 2004. – 540 с.
8. Пасутро, М. Символическая история европейского средневековья // СПб.: «Александрия», 2019. – 448 с.

**ON THE HISTORY OF PROPAGANDA IN EUROPE:
REPRESENTATION OF POWER IN TUDOR ENGLAND**

A. Lapshina

The focus of the article is on the history of the term “propaganda”. The evolution of the term "propaganda" and the use of this term in England is considered. With the help of written and visual sources, the issue of representing the power of the Tudor dynasty is considered.

Keywords: propaganda, representation, Tudors, source, power.

Сведения об авторе

ЛАПШИНА Анна Федоровна – студент магистратуры направления «Становление современной западной цивилизации» Института истории, Санкт-Петербургский государственный университет, (г. Санкт-Петербург, Россия), lara300899@gmail.com

УДК 93/94

ПОЛЕВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ПРАВОСЛАВНЫХ МИССИОНЕРОВ 1904–1905 ГОДОВ (ПО МАТЕРИАЛАМ ЖУРНАЛА «ИЗВЕСТИЯ БРАТСТВА ПРАВОСЛАВНОЙ ЦЕРКВИ В КИТАЕ»)

Д. П. Марталог

В данном исследовании рассматриваются путевые заметки православных миссионеров в период с 1904 по 1905 гг. по материалам журнала «Известия Братства православной церкви в Китае». Для анализа полевых исследований была взята серия статей «По Монголии (Из Пекина в Россию). Путевые заметки братчика». Автор данных статей, член Русской духовной миссии, А. М. Ахлебнинский отправляется обратно на родину. На протяжении 5 выпусков он описывает свой насыщенный на события путь, рассказывает про встречающихся ему на пути жителей китайских деревень. Помимо этого, он рассказывает о традициях и обычаях населения, информацию о которых он получил в ходе общения с ними.

Ключевые слова: Русская духовная миссия, путевые заметки, Известия Братства православной церкви в Китае, китайские традиции, китайский быт, православные миссионеры.

Работая в Китае, православным миссионерам довольно часто приходилось отправляться в полевые экспедиции, с целью изучения языка, традиций, обычаев, этнопсихологических особенностей китайцев. В журнале «Известия Братства православной церкви в Китае» большое количество статей посвящено поездкам по городам Китая. В этих статьях описывается, как правило, повседневный быт и культура Китая; отношения между русскими и китайцами; наблюдение за окружающей средой и местностью.

Журнал «Известия Братства православной церкви в Китае» начал издаваться в Маньчжурии в 1904 году по поручению Православного братства с целью материальной и моральной поддержки раненых солдат пострадавших во время Русско-японской войны 1904–1905 года. В 1907 году был переименован в журнал «Китайский благовестник». Журнал включает не только статьи, связанные с православной тематикой, но и наблюдения православных миссионеров за бытом и поведением китайцев, путевые заметки, статистические данные о количестве новых адептов, доходах и расходах Российской духовной миссии. В период с 1904 по 1917 года журнал стабильно издавался каждый месяц. Сначала выпуски печатались в 1-й частной типографии братьев Скоблиных в Харбине. Начиная с 4 выпуска (1904 год) в Успенском монастыре Российской духовной миссией в Пекине. С 1917 года номера стали выходить реже, в связи с политическими обстоятельствами в России и отсутствием финансирования. Журнал прекратил свою печать в 1954 году, когда Российская духовная миссия была закрыта [1].

Светлана Анатольевна Шубина [2] и Андрей Юрьевич Литвин [3] типологизировали статьи журнала «Китайский благовестник» по отраслям культуры, экономики и политики; Кристина Викторовна Бирюкова изучила историю журнала «Китайский благовестник» [4]; О. В. Пелевина проанализиро-

вала на основе журнала «Китайский благовестник» образ русских в Китае в начале XX века [5]. В настоящем докладе мы обратимся к вопросу, который выше указанные исследователи не затрагивали. Именно полевые работы православных миссионеров в китайской среде и их сбор материалов.

Для рассмотрения полевых исследований 1904–1905 годов, была взята серия статей «По Монголии (Из Пекина в Россию. Путевые заметки братчика)». Статьи встречаются в выпуске 12–13 1904 г. [6], в выпуске 14 1904 г. [7], в выпуске 1 1905 г. [8], в выпуске 2–3 1905 г. [9], в выпуске 4–5 1905 г. [10]. Автор данной серии статей А. М. Ахлебинский, после окончания своей работы в стане Русской духовной миссии, отправляется обратно в Россию. Его статьи оформлены в формате путевого дневника, которые вышли в 5 выпусках. К сожалению, дальнейшая судьба автора статей неизвестна.

А. М. Ахлебинский отправился в путь в 1 сентября 1904 года. Он попрощался с братией Успенского монастыря в Пекине, получив благословение. Так как А. М. Ахлебинский не знал китайского языка, в экспедиции его сопровождал китаец лет 35–40: *«Он несколько раз пробовал заговорить со мною, но два-три десятка слов, которые я знаю, не могли поддержать продолжительной беседы»; «Бедный китаец как бы приуныл, и чтобы развлечь себя хоть чем-нибудь, часто затягивает тоненькой фистулькой родную песенку»* [6]. Далее по тексту отмечается, что проводник не был крещен в православную веру, но А. М. Ахлебинский заметил его внимательное и заботливое отношение к животным, которые были с ними в дороге, что указывает нам на буддизм.

Уже в начале пути А. М. Ахлебинский заметил, что встречая по пути деревни, он удостаивался всеобщего внимания от китайцев: *«ребятишки бросают свои игры, бегут за носилками, прося денег, иногда грозят кулачками и что-то кричат, женщины и девушки быстро прячутся за двери первой попавшейся фанзы и выглядывают в щели; мужчины тоже с любопытством останавливаются, заглядывают ко мне в носилки и затем перебрасываются несколькими словами с моим проводником; даже собаки и те иногда обращают внимание, встречая и провожая нас недоумевающими глазами, как бы раздумывая – лаять или не стоит»* [6]. Стоит отметить, что экономическая ситуация Китая в начале XX века заставляла подавляющее большинство населения просить милостыню, как детей, так и взрослое население.

Далее на протяжении всего пути китайские деревушки встречали А. М. Ахлебинского с изумлением и удивлением, скорее всего это связано с тем, что ранее китайское население не видело иностранцев из России. Если говорить о роли женщины в Китае, то довольно длительное время их положение в обществе было второстепенным. Мужчины обращались с ними либо грубо, либо не воспринимали их всерьёз. Женщины не только одевались как мужчины, но и укрывали своё тело от посторонних взглядов. Поэтому при виде иностранца из России женщины старались спрятаться за дверь первой попавшейся фанзы [11], [12].

При описании китайского быта автор делает акцент на характерную работу для китайцев: *«В полях работали. При нашем приближении головы работающих поднимались, и глаза с любопытством устремлялись ко мне в носилки»; «То же и в Китае: возить на себе людей это-ремесло, занятие, кусок хлеба для сотен бедных людей»* [8]. Из предложенных цитат можно сде-

лать вывод о том, что подавляющее большинство населения Китая работали либо в полях, либо были носильщиками.

Описывались будни китайского народа, как правило, в деревнях беззаботно играли в пыли дети и по маленьким улочкам прогуливались загримированные китайки, которые старались укрыться от взглядов иностранцев: «Часто начали попадаться деревушки с беззаботно играющими в пыли голыми и полуголыми детьми, неподвижно лежащими на жаре собаками» [8]. Главной особенностью того времени была культура гейш. Для девушек было характерно наносить яркий макияж и учтиво относиться с мужчинами.

По пути в Россию А. М. Ахлебинскому встретился походный театр: «Подойдя ближе, я увидел на подмостках несколько человек китайцев, размалеванных донельзя и визжащих неестественно высокими фистулами. На сцене же, по бокам, помещались и музыканты, оглушающие воздух дикой музыкой. Мы на минуты остановились, ибо моему проводнику, очевидно, очень хотелось взглянуть на кривляние загримированных китайцев, переряженных в женщин-китайнок и послушать, что они поют. Меня всегда поражала в этих театрах одно, это-отсутствие суфлера и игра музыкантов без нот или каких-либо других пособий» [9]. Китайский театр представлял собой элементы древних культов и празднеств, народного сказа и народных танцев, пения и ярмарочных представлений. Походный театр или народный театр приобщал подавляющее неграмотное население Китая к ценностям традиционной культуры. Такой театр, как правило, возникал стихийно, сооружались временные сцены на рынках или просто на центральных улицах.

Таким образом, полевые исследования православных миссионеров были немаловажной частью в изучении китайского народа их традиций, быта, этнопсихологических особенностей. Автор статей после месячного пребывания в Китае, отправляется домой. По дороге в Россию он обращал внимание на культурные особенности, характерную работу для китайцев, а также привычный быт китайцев. Хоть его пребывание в Китае было не очень продолжительным, автор статей старался фиксировать все свои наблюдения, связанные с китайской действительностью.

Список использованных источников

1. Китайский благовестник [электронный ресурс]. URL: http://www.orthodox.cn/localchurch/kitajskijblagovestnik/index_ru.html (дата обращения 15.10.23).
2. Шубина С. А. «Китайский благовестник» как источник по истории Российской духовной миссии в Китае (обзор публикаций за 1904–1918 гг.) [электронный ресурс] // «Китайский благовестник» как источник по истории Российской духовной миссии в Китае: офиц. сайт. – 2001. URL: http://irbis.amursu.ru/DigitalLibrary/AmurSU_Edition%5СHTML_electronic_textbook. (дата обращения 01.11.2023).
3. Литвин, А. Ю. «Китайский благовестник» как исторический источник // Общество и государство в Китае. – М., 2017. – № 47. – С. 525–530.
4. Бирюкова К. В. История Российской духовной миссии в Китае на страницах «Китайского благовестника» // Вестник Брянского государственного университета. – 2008. – Вып. 3. – С. 80–84.

5. Пелевина О. В. Русские в Китае в начале XX века в описаниях авторов журнала русского зарубежья «Китайский благовестник» // Россия и Китай на дальневосточных рубежах. – Благовещенск, 2018. – Вып. 12. – С. 132–139.
6. По Монголии. Путевые заметки братчика (Из Пекина в Россию) // Известия Братства православной церкви в Китае. – 1904. – Вып. 12–13. – С. 16–17.
7. По Монголии. Путевые заметки братчика (Из Пекина в Россию) // Известия Братства православной церкви в Китае. – 1904. – Вып. 14. – С. 9–11.
8. По Монголии. Путевые заметки братчика (Из Пекина в Россию) // Известия Братства православной церкви в Китае. – 1905. – Вып. 1. – С. 12–13.
9. По Монголии. Путевые заметки братчика (Из Пекина в Россию) // Известия Братства православной церкви в Китае. – 1905. – Вып. 2. – С. 22–27.
10. По Монголии. Путевые заметки братчика (Из Пекина в Россию) // Известия Братства православной церкви в Китае. – 1905. – Вып. 4–5. – С. 15–17.
11. Зиненко, Я.В. Изменение традиционного образа китайки в начале XX в. (на материале этнографической статьи «Феминизм в Китае») / Зиненко Я. В., Цмыкал О.Е. // Традиционная культура Востока Азии. – Благовещенск, 2018. – № 8. – С. 290–297.
12. Малявин, В. В. Китайская цивилизация: моногр. // М.: ООО «Издательство АСТ», 2001. – 632 с.

FIELD STUDIES OF ORTHODOX MISSIONARIES IN 1904-1905 (BASED ON THE MATERIALS OF THE JOURNAL "NEWS OF THE BROTHERHOOD OF THE ORTHODOX CHURCH IN CHINA")

D. Martalog

This study examines the travel notes of Orthodox missionaries in the period from 1904 to 1905 based on the materials of the journal "News of the Brotherhood of the Orthodox Church in China". For the analysis of field research, a series of articles was taken "On Mongolia (From Beijing to Russia). Brother's travel notes". The author of these articles, a member of the Russian Ecclesiastical Mission, A. M. Akhlebininsky is sent back to his homeland. For 5 issues, he describes his eventful path, tells about the residents of Chinese villages he meets on the way. In addition, he talks about the traditions and customs of the population, information about which he received in the course of communication with them.

Keywords: Russian spiritual mission, travel notes, News of the Brotherhood of Pravos.

Сведения об авторе

МАРТАЛОГ Дарья Петровна – лаборант, Амурский государственный университет, (г. Благовещенск, Россия), dasha.martalog.um.ru@gmail.com

УДК 314.335.044

ДЕМОГРАФИЧЕСКАЯ ПОЛИТИКА КИТАЯ

Т. В. Молчанова

Сознательное регулирование рождаемости как социальное явление стало характерным для Китая во второй половине XX века. Однако принимаемые правительством КНР меры носили половинчатый характер, что проявлялось, в том числе, в сфере национальной политики государства. Резкое снижение рождаемости в XXI веке вызывает необходимость принятия комплекса мер по активизации молодежи в деле рождения детей. Демографическая политика отдельных регионов Китая носит разноплановый характер.

Ключевые слова: Китай, население Китая, демография, регулирование рождаемости, семья, поддержка семьи.

Плодовитость китайского народа исторически была обусловлена традиционной философией и личным трепетным отношением к такому социальному институту как семья.

Понятие семьи в китайском языке обозначается иероглифом, который графически представляет собой сочетание знаков «крыша дома» и «свинья». Идеографическая этимология данного термина хорошо передает экономическое и ритуальное значение семьи в Китае. Редкий китайский крестьянин не держал в своем хозяйстве свиней, и в то же время свинья была у китайцев главным жертвенным животным, благодаря которому в дни семейных праздников осуществлялось общение живых с умершими предками.

Китайская система родства, основывавшаяся на принципе безусловного подчинения младших старшим и женщин — мужчине, кажется чрезвычайно жесткой. Однако она отличалась большой гибкостью в обеспечении самих условий осуществления этого принципа. Китайское обычное право не требовало, чтоб женщина обязательно жила с родителями мужа, а дети были непременно произведены на свет их официальным отцом. Соответственно оно допускало различные формы брака и наследования в семье, а также практик усыновления [1].

Рождение ребенка, продолжение рода — одна из главных задач и целей жизни китайца. Среди конфуцианских заповедей, ставших некоей жизненной догмой, «скрижалями» поколений ханьцев, отсутствие продолжателя рода — один из самых тяжелых грехов, самое большое нарушение сыновней добродетели «сяо». Китайцы говорят: «Нет ребенка — самое большое нарушение сяо».

Моление о ребенке — это традиция и обрядность, которая показывает синкретизм мировидения ханьцев, когда одна личностная или общественная тенденция прекрасно реализуется в самых разных идеологических, теологических установках — конфуцианстве, буддизме, даосизме, местных верованиях и традициях. Все хорошо, что служит делу, и это есть суть китайского прагматизма.

Единорог «цилин» — мифический образ, к которому обращаются в молитвах о рождении ребенка. Цилинь изображается с головой дракона, телом оленя, покрытого чешуей, и хвостом льва. Верхом на нем обычно сидит юная женщина, держащая на руках пухлого младенца. По преданию, чадолюбие единорога связано с древним художником, который страстно любил рисовать

цилиндра, изображениями которого был увешан весь его дом. У художника не было детей. Однажды он увидел блистательного цилиндра с ребенком на спине, направляющегося к нему. Спустя год у него появился сын, который рос необыкновенно талантливым и в 6 лет уже рисовал и слагал стихи. Его прозвали «дитя цилиндра», а сам образ единорога приобрел черты чадородителя.

Среди объектов поклонения в мольбах о появлении ребенка интересным образом сливаются теологические, в частности буддийская, и ранние идолопоклоннические культуры. В последнем случае речь идет о фаллоцентризме и фаллопоклонстве как об одном из атрибутов культур, предшествующих современным теологическим моделям.

Фаллоцентризм весьма значим для китайского (ханьского) этносознания. Это проявляется, например, в том, что один из базовых знаков любого этноса «родина» представлена сложным знаком, левая часть которого – изображение «алтаря предков», а правая – фаллоса как символа некоего единения прошлых и грядущих поколений.

Таким образом, моление о рождении ребенка через поклонение образу фаллоса, чаще всего в виде каменного символа, достаточно распространено в ханьской культуре [2].

Уже в первое тысячелетие нашей эры численность китайцев составляла около 50-60 млн. человек, к началу XX века количество жителей возросло до 400 млн., к моменту основания КНР – примерно 430 млн. Несмотря на то, что государство периодически потрясали различные катаклизмы – стихийные бедствия, голод, эпидемии, междоусобицы и войны – в Китае никогда не наблюдался демографический спад.

Более глубинные причины принятия политики регулирования деторождения в КНР – материал для отдельного исследования. Стоит лишь отметить, что социально-экономические условия в государстве (в среднем одна женщина имела 6 детей) сподвигли китайское правительство с 1979 г. ввести для представителей титульной нации хань принцип «Одна семья – один ребенок».

Политика по ограничению рождаемости зависела от провинции (например, у жителей Пекина и некоторых других провинций до снятия ограничений имелась возможность иметь двух детей, если оба родителя были единственными детьми в своей семье). Кроме того, ограничение рождаемости не так строго исполнялось в отношении национальных меньшинств: народам с численностью меньше 100 000 человек никаких ограничений по количеству детей не применялось.

Демографическая политика «Одна семья — один ребёнок» имела множество льгот и лазеек для её обхода населением КНР: штрафы не распространялись на многоплодную беременность; разрешали иметь второго ребёнка, если оба родителя были единственными детьми в семье; пары в сельской местности могли рожать второго ребёнка без выплаты штрафа, если первой родилась девочка; если первенец имел умственные или физические нарушения, штрафы не распространялись на второго ребёнка. Таким образом, в 2007 году только 36 % населения КНР подпадало под ограничения рождаемости, остальные могли заводить второго ребёнка благодаря различным исключениям. Китайские нацменьшинства также исключались из демографической политики «одна семья — один ребёнок». Семьям, где хотя бы один родитель был представителем нацменьшинства, разрешалось иметь двух детей. В связи

с этим, всё больше ханьцев вступало в браки с представителями нацменьшинств. В 1980-90-х многие даже перестали идентифицировать себя как ханьцы. Многие китайцы переезжали в другие страны, чтобы иметь столько детей, сколько хотят [3].

В 1982 году, когда в Китае было объявлено о переходе порога численности населения в 1 млрд., политика контроля рождаемости была внесена в новую Конституцию КНР. Статья 25 гласила: «Государство осуществляет планирование рождаемости с тем, чтобы привести рост населения в соответствие с планами экономического и социального развития».

Принятые государством меры дали результат и численность населения постепенно начала снижаться, что привело к старению трудоспособного населения и формирование нового поколения молодежи, не желающего заводить детей. В связи с этим в 2008–2009 годах китайцы получили право заводить двух детей, если оба супруга – единственные дети своих родителей, а в 2016 г. это право распространили на всех граждан. В 2015 г. были сняты ограничения по рождаемости.

Высшее руководство Коммунистической партии Китая 31 мая 2021 года на заседании Политбюро ЦК КПК приняло решение разрешить жителям КНР иметь до трёх детей. Это произошло всего через три недели после того, как были опубликованы результаты Седьмой национальной переписи населения КНР, проведённой в 2020 году, согласно которой численность населения Китая составила 1,4126 млрд. человек [4]. Важно отметить, что при изучении демографической ситуации следует учитывать не только общую численность населения, но и другие демографические показатели, в частности, естественный прирост населения и количество рождений на тысячу человек. Поэтому, несмотря на тот факт, что общее количество жителей Китая увеличивается, другие демографические показатели значительно снижаются.

Уровень рождаемости в КНР в 2020 году упал почти на 15 % в годовом исчислении. Пандемия коронавируса усугубила ситуацию сокращения населения в стране.

В 2021 г. впервые вводятся особые меры поддержки для молодых семей с детьми - финансовые, налоговые, образовательные и жилищные льготы. Была разработана система пропаганды вступления в брак и рождения детей в молодом возрасте [5].

По итогам 2022 года население Китая сократилось впервые за 60 лет (впервые со времен массового голода в стране с 1959 по 1961 год, когда от голода погибло не менее 15 млн чел). Именно в 2022 г. был зафиксирован самый низкий уровень рождаемости за всю историю – 6,77 рождений на 1 тыс. человек. Однако вопреки ожиданиям, беби-бума не произошло, поколения, которые выросли в новых условиях, не стремятся заводить детей из-за высоких расходов на медицинское обслуживание и образование, а также из-за дороговизны воспитания молодого поколения.

Сложившаяся ситуация вынуждает правительство КНР предпринимать следующие меры по увеличению рождаемости:

1. Увеличение «брачного отпуска». Минимальный оплачиваемый отпуск в связи с женитьбой составлял три дня, но с февраля 2023 г. провинции получили право самостоятельно устанавливать более длительные периоды. Ряд провинций, например, Сычуань, местная администрация оставила традици-

онные три дня, тогда как Шанхай увеличил этот срок до 10 дней, а провинции Ганьсу и Шаньси до 30 дней оплачиваемого отпуска [6].

2. Регистрация ребенка без штампа в паспорте. В качестве примера можно указать инициативу властей Сычуаня, согласно которой пара может зарегистрировать даже если они не состоят в официальном браке. Раньше родителям приходилось подтверждать брак, чтобы получить доступ к бесплатному социальному страхованию, медицинскому обслуживанию и другим льготам. Благодаря этому введению, дети, рожденные вне брака, получили равные права.

3. Возможность вступать в брак не по прописке. Ряд китайских провинций, начиная с мая 2023 г. разрешил совершать бракосочетание по месту фактического жительства, а не по прописке, как это было раньше. Это стало возможным благодаря решению Госсовета КНР расширить пилотную программу межрегиональной регистрации браков, включив в нее ряд новых городов и провинций. Среди них Пекин, Тяньцзинь и Шанхай, а также провинции Хэбэй, Аньхой и Хайнань [7].

4. Выплата денежного пособия. Власти города Цзинань ввели пособие: с 1 января 2023 г. все пары в городе при рождении второго или третьего ребенка начали получать ежемесячное денежное пособие в размере 600 юаней (примерно 88 долларов). Пособие выплачивается до достижения ими трехлетнего возраста [8].

5. Подключение информационных технологий. Власти ряда городов юго-восточной китайской провинции Цзянси запустили сервис для знакомств: для удобства в приложении планируется ввести функцию показа пользователей без пары. В городском уезде Гуйси проводят мероприятия для одиноких и желающих познакомиться граждан [9].

6. Особое место среди мер по увеличению рождаемости занимают дискуссии, которые ведутся депутатами местных администраций. Озвучиваются следующие предложения:

- сокращение рабочего дня для молодежи с целью освобождения времени «для любви»;
- введение полового воспитания в детских садах, которое должно осуществляться по китайским учебникам, чтобы избежать «тревожного влияния Запада»;
- поощрение незамужних девушек рожать детей;
- ограничение времени работы увеселительных учреждений, чтобы молодые люди больше времени проводили дома со своей парой;
- всесторонняя поддержка студентов, которые в период учебы решили завести детей.

Эффективность принятых и обсуждаемых практик решения демографических вопросов можно будет оценить спустя не одно десятилетие. Стоит отметить, что проблема народонаселения в Китае тесно переплетается с национальной политикой КНР и экономическими устремлениями государства.

Между тем, доля счастливых жителей Китая достигает 91%, говорится в результатах опроса международной исследовательской компании Ipsos. Показатель индекса счастья в КНР вырос на 8% за год и на 12% по сравнению с 2013 годом. Жители Поднебесной положительно оценили свои отношения с семьей и коллегами по работе, а также свой уровень образования. Исследование проводилось среди жителей 32 стран [10].

Список использованных источников

1. Крюков М. В. и др. Этническая история китайцев в XIX — начале XX века. — Москва: Издательство «Наука», 1993. — 59 с.
2. Готлиб О. М. Этнология Китая (ханьцы). Обрядность и символика основных этапов жизни: учебное пособие / О.М. Готлиб. — 2-е изд. — Москва: Издательский дом ВКН, 2018. — 11 с.
3. Дугин А. Г. Этносоциология. — Москва: Академический проект, 2014. — 796 с.
4. Власти Китая разработают меры поддержки деторождения [электронный ресурс] // URL: <https://bigasia.ru/content/news/politics/vlasti-kitaya-razrabotayut-mery-podderzhki-detorozhdeniya/> (дата обращения 09.03.2023).
5. Волков К. Китайцам разрешили заводить до трех детей // Российская газета. 22.09.2021.
6. В Китае молодоженам будут давать брачный отпуск ради повышения рождаемости [электронный ресурс] // Газета. URL: <https://www.gazeta.ru/social/news/2023/02/22/19809211.shtml> (дата обращения 23.02.2023).
7. Официальный сайт. Новости Китая. Китай будет пилотировать межрегиональную регистрацию браков [электронный ресурс] // Новости Китая. URL: <https://новости-китая.рф/kitaj-budet-pilotirovat-mezhregionalnuyu-registracziyu-brakov-po-mere-rosta-chislennosti-migrantov/> (дата обращения 16.06.2023).
8. Власти китайской провинции ввели денежные пособия для повышения рождаемости [электронный ресурс] // Большая Азия. URL: <https://bigasia.ru/vlasti-kitajskoj-provinczii-vveli-denezhnye-posobiya-dlya-povysheniya-rozhdaemosti/> (дата обращения 10.03.2023).
9. Китайская панорама. Власти ряда городов юго-восточной китайской провинции Цзянси стремятся изменить традиционные брачные обычаи для роста создания семей [электронный ресурс] // Вконтакте. URL: https://vk.com/wall-216402486_2661 (дата обращения 19.03.2023).
10. Согласно опросу Ipsos, китайцы — самые счастливые люди в мире [электронный ресурс] // Информационный портал о Китае «Мы и Китай». URL: <https://weandchina.ru/soglasno-oprosu-ipsos-kitajczy-samyje-schastlivye-lyudi-v-mire/> (дата обращения 16.06.2023).

POPULATION POLICY OF CHINA

T. Molchanova

Conscious regulation of fertility as a social phenomenon became characteristic of China in the second half of the 20th century. However, the measures taken by the PRC government were half-hearted, which was also manifested in the sphere of national policy of the state. The sharp decline in the birth rate in the 21st century necessitates the adoption of a set of measures to activate young people in having children. The demographic policy of individual regions of China is diverse.

Keywords: China, Chinese population, demography, birth control, family, family support.

Сведения об авторе

МОЛЧАНОВА Татьяна Вячеславовна — кандидат исторических наук, доцент кафедры истории и регионоведения, Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича, (г. Санкт-Петербург, Россия), molchanova_tania@mail.ru

УДК 327.8

РАЗВИТИЕ ПОНИМАНИЯ ГЕГЕМОНИИ В СОВРЕМЕННЫХ ТЕОРИЯХ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ

М. А. Мочалов

В статье рассматривается понимание гегемонии в основных современных теориях международных отношений. Раскрыты и проанализированы взгляды ведущих представителей неореализма, неолиберализма, неомарксизма и социального конструктивизма, определены их сходства и различия.

Ключевые слова: теория международных отношений, гегемония, неореализм, неолиберализм, неомарксизм, неограмшианство, социальный конструктивизм.

Сегодня ускоряющееся изменение соотношения сил на мировой арене делает всё более очевидной неспособность одного участника международных отношений навязывать собственные правила остальным. Поэтому, вопрос о существовании и природе гегемонии в международных отношениях является интересным и актуальным, и требует обращения к взглядам представителей современных теорий международных отношений.

Реалисты традиционно трактуют международные отношения как анархичное пространство соперничества отдельных государств, преследующих свои национальные интересы, а существенным отличием подходов неореализма к гегемонии от классического реализма, является положение о ведущей позиции отдельных государств на определенных этапах исторического развития, которая позволяет им «организовывать собственные политические, территориальные и экономические отношения, руководствуясь соображениями собственной безопасности и экономического интереса» [1, с. 144].

Тематические исследования Ч. Киндлбергера положили начало возрождению интереса к концепции гегемонии в начале 1970-х годов. Несмотря на то, что отдельные из его идей имели четкую «либеральную окраску», Киндлбергера обычно причисляют к представителям неореализма, прежде всего, из-за его убеждения в необходимости «установления стандарта поведения для других стран» со стороны ведущего государства соответствующей исторической эпохи. Это позволило бы преодолеть как последствия анархии, так и потенциально разрушительную тенденцию к сужению национальных интересов [2, с. 21]. По мнению Киндлбергера, именно нежелание США взять на себя роль гегемона в международных отношениях в межвоенный период стало причиной экономического кризиса 1930х годов. Характерным отличием взглядов мыслителя от подходов реалистов традиционалистов является его убежденность в том, что следствием существования государства гегемона в международной системе может быть «игра с положительной суммой», поскольку через расширение экономических и торговых связей могут выиграть все вовлечённые стороны [3, с. 28]. В частности, идеи Киндлбергера не только способствовали возвращению понятия гегемонии в тогдашний mainstream науки о международных отношениях, но и положили начало развитию теории гегемонистской стабильности, а также существенно повлияли на динамику послевоенного международного порядка.

В 1980-х годах большинство неолибералов существенное внимание уделяло проблематике поощрения международного сотрудничества «после завершения гегемонии» [4, с.184–186]. Это было вызвано дебатами об относительном экономическом упадке США и необходимостью поиска новых способов управления взаимодействием участников международных отношений. Тем не менее, после завершения холодной войны США сохранили собственные гегемонистские позиции в международной системе. Фокус исследований сместился на причины неудач других частей международной системы противопоставить себя американской мощи. [5, с. 18–19].

Весомый вклад в развитие неолиберальных теорий гегемонии внес Дж. Айкенберри. Следует подчеркнуть два аспекта предложенного им понимания явления гегемонии: во-первых, войны и их последствия служат идеальной основой для установления нового гегемонистского порядка, а во-вторых, материальная мощь может быть ограничена и контролируема путем установления узаконенного порядка [6, с. 29]. Если первое утверждение в целом соответствует подходам неореализма (в своих исследованиях Айкенберри неоднократно ссылается на идеи Гилпина о центральной роли государства и цикличности международной системы), то второй аспект явно неолиберален. Итак, государства обязаны соблюдать "правила игры", которые будут устанавливать законные ограничения. По убеждению Айкенберри, эти «правила» не только будут базироваться на «взаимном согласии», но и будут создавать рамки для гегемонии, гарантируя, таким образом, безопасность остальных [6, с. 31]. Через высокий уровень взаимозависимости будет достигнуто преодоление «анархического характера международной среды» [7, с. 46].

По мнению Айкенберри, международный порядок, как основная составляющая беспрецедентной мощи США, характеризуется высокой степенью институционализации. Именно Бреттон-Вудская система не только позволила регулировать международные экономические и политические отношения, но также создала ключевые стимулы и обеспечила экономические преимущества для всех заинтересованных сторон, кроме того, гегемона, как и других субъектов, ограничивали параметры системы, которую он сам создал [6, с.132; 8, с. 32–34].

Р. Кокс развил собственное понимание гегемонии под влиянием взглядов неомарксиста А. Грамши, что фокусировало его внимание на исторической эволюции капитализма и идеологических дискурсах, возникших вокруг неё. Его труды сочетают оригинальные марксистские постулаты относительно средств производства, материальных условий и классового противостояния с проблематикой роли идеологии и идей. В частности, в одной из своих самых известных статей, опубликованной в 1981 г., Кокс описал формирование «сложного обоюдного и интерактивного целого», в котором институты способствуют закреплению конкретного международного порядка через материальные возможности, институты и идеи [9, с. 126–138; 10, с. 24.]

На первый взгляд, концептуальные рамки, в рамках которых Кокс формулирует собственные утверждения, отражающие основополагающие предположения о противоречивом характере классовых обществ и неравномерности распределения власти и жизненных возможностей, существенно отличаются от предложенных Дж. Айкенберри. Однако, анализ его взглядов на гегемонию всё же обеспечивает потенциал для поиска определённых аналогий с неолиберализмом. Прежде всего, по убеждению Кокса, одной из ключевых

задач капиталистического государства является создание идеологической поддержки для легитимации существующего (несправедливого) порядка. Таким образом, Кокс, как и Айкенберри, признаёт, что, по крайней мере, для отдельных классов союзников в разных частях мира потенциально существуют значительные преимущества от сотрудничества с существующим гегемоном [10, с. 7].

Отдельный вклад неомарксизма в понимание феномена гегемонии заключается в преодолении государственно-ориентированного подхода, характерного для неореализма. С одной стороны, неомарксизм разделяет положение неореализма о возможности использования власти с целью обеспечения собственных интересов потенциально корыстным путем. С другой, - марксисты рассматривают международную систему как формируемую процессами, непосредственно связанными с глобализацией. Прежде всего, неограмшианцы подчеркивают транснационализацию общественных отношений и решающую роль «транснационального класса менеджеров» в управлении всё более интегрированной глобальной политической экономией [10, с. 359].

Кроме того, одним из значительных преимуществ отдельных неомарксистских теорий гегемонии является их способность избегать так называемой «территориальной ловушки» или чрезмерного внимания к географическим или политическим границам, а также к вопросам суверенитета, которые являются центральными как для неореализма, так и для неолиберализма. Например, ключевое значение в рамках международной политической экономики имеет неолиберальная политика и практика, выходящая за пределы национальных государств и не зависящая от них [11, с. 142].

Представители неограмшианства, как и неолибералы, признают важность роли институтов в закреплении конкретных идей и действий, как части узаконенного мирового порядка [12, с. 29–30]. Однако, их взгляды отличаются от неолиберальных в плоскости трактовки влияния таких действий, поскольку рассматривают их как несправедливые и эксплуататорские. Они обращают внимание на многогранный характер современной гегемонии и на способ, с помощью которого конкретные идеи могут стать господствующим мировоззрением, существенно ограничивая возможности выбора как для отдельных лиц, так и для политиков [12, с. 36]. Таким образом, гегемония может принимать более институционализированные формы и выходить за рамки политики отдельного государства [11, с. 232].

Ещё одним из направлений, оказавшим значительное влияние на исследование явления гегемонии в теории международных отношений, является конструктивизм. Он «фокусируется на человеческом сознании и его роли в международной жизни» [13, с. 856]. Несмотря на определенную общность как с неолиберальным, так и с неограмшианским акцентом на роли идей, норм и ценностей в формировании поведения государств и других игроков на международной арене, конструктивизм выводит важность идей и идеологий на новый уровень. Согласно взглядам А. Вендта - наиболее известного теоретика конструктивизма - важнейшие связи, которые объединяют государства, формируются ввиду идей, а не материальных сил [14, с. 488]. Идеи определяют значение и содержание власти и стратегий, в соответствии с которыми государства преследуют собственные интересы, а также сами интересы [15, с. 309]. Интерпретация конструктивистами причинной обусловленности в корне отлича-

ются от предложенной неореалистами и неомарксистами, для которых идеи, в итоге, были феноменом, отражающим материальную и структурную силу.

Утверждение о потенциале, которым обладают идеи при определении интересов и путей их реализации, стало фундаментальным в работах Дж. Рагги о характере послевоенной американской гегемонии. По мнению Дж. Рагги, новый международный порядок, который установили американские власти, стал скорее символом «уничтожения устаревших многосторонних договоренностей, чем глобальной гегемонии США» [16, с. 568]. Иными словами, преобладающая структурная сила США и их товарно-материальные ценности обеспечили представителей власти этого государства способностью формировать новый послевоенный порядок. Более того, этот новый уклад отразил именно американские идеи и нормативные предпочтения относительно либерального, институционализированного и многостороннего мирового порядка.

До сих пор было предложено мало исследований по эволюции американской внешней политики после событий 11 сентября 2001 г., проведенных с точки зрения конструктивизма. Определённым исключением является труд «американская сила и мировой порядок» (2004) К. Реус-Смита, в которой он утверждает, что, ради устойчивости американской гегемонии, она должна стать «социально встроенной» [17, с. 6].

В некотором смысле взгляды конструктивистов не слишком отличаются от убеждений неолибералов и неограмшианцев, которые подчеркивают важность институционализации и идеологической легитимизации для эффективного обеспечения определенного международного порядка [12, с. 29]. Однако, характерной отличительной чертой конструктивистской трактовки американской внешней политики является представление относительно социально сконструированного характера эффективной и стабильной гегемонии, которое предложил К. Реус-Смит: «гегемонию следует рассматривать как вид социальной иерархии, построенной на основе статуса и признания. Она должна базироваться на общепризнанных процедурных и материально правовых нормах, а эти нормы должны отражать согласованность (или баланс) интересов, а также индивидуальных особенностей гегемона и интересов и особенностей других государств» [17, с. 102].

Более того, гегемон должен обеспечивать собственные интересы в соответствии с установленными нормами, иначе легитимность его руководства будет быстро подорвана. Конструктивизм подчеркивает и объясняет очевидный парадокс американских властей: несмотря на материальное доминирование в мире, американская односторонняя деятельность, а также связанное с этим снижение легитимности, влечёт значительное повышение операционных расходов, связанных с достижением внешнеполитических целей США [18, с. 257; 19, с. 28–31].

Несмотря на существенные расхождения во взглядах представителей каждого из рассмотренных научных направлений и подходов, оказавших непосредственное влияние на становление и развитие теории гегемонии в рамках науки о международных отношениях – неореалистов, неолибералов, неомарксистов и конструктивистов, общим для всех теоретиков является убеждение о существовании явления гегемонии в международных отношениях как сложного явления, имеющего непосредственное влияние на характер международной системы и поведение участников.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Gilpin R. War and Change in World Politics // Cambridge: Cambridge University Press. – 1981. – 288 p.
2. Hay C. Political Analysis: A Critical Introduction // Houndsmills: Palgrave Macmillan. – 2002. – 336 p.
3. Kindleberger C. P. The World in Depression 1929-1939 // University of California Press. – 40th Anniversary Edition. – 2013. – 344 p.
4. Keohane R. O. After Hegemony: Cooperation and Discord in the World Political Economy // Princeton: Princeton University Press. – Author Edition. – 2005. – 320 p.
5. Wohlforth W. C. The stability of a unipolar world // International Security. – 1999. – № 24 (1). – P. 5–41.
6. Ikenberry G. J. After Victory: Institutions, Strategic restraint, and the Rebuilding of Order After Major Wars // Princeton. NJ: Princeton University. – 2000. – 320 p.
7. Ikenberry G. J. Institutions, strategic restraint, and the persistence of the American postwar order // International Security. – 1998. – № 23 (3). – P. 43–78.
8. Latham R. The Liberal Moment: Modernity, Security, and the Making of Postwar International Order // New York: Columbia University Press. – 1997. – 296 p.
9. Cox R. W. Social forces, states and world orders: beyond international relations theory // Millennium. – 1981. – № 10 (2). – P. 126–155.
10. Cox R. W. Production, Power, and World Order: Social Forces in the Making of History // New York: Columbia University Press. – 1987. – 512 p.
11. Agnew J., Corbridge S. Mastering Space: Hegemony, Territory and International Political Economy // Routledge. – 1995. – 260 p.
12. Gill S. New constitutionalism, democratisation and global political economy // Pacifica Review. – 1998. – № 10 (1). – P. 23–38.
13. Ruggie J. G. What makes the world hang together? Neo-utilitarianism and the social constructivist challenge // International Organization. – 1998. – № 52 (4). – P. 855–885.
14. Reus-Smit C. Imagining society: Constructivism and the English School // British Journal of Politics and International Relations. – 2002. – № 4 (3). – P. 487–509.
15. Wendt A. Social Theory of International Politics / A. Wendt // Cambridge University Press. – 1999. – 447 p.
16. Ruggie J. G. Multilateralism: the anatomy of an institution // International Organization. – 1993. – № 46 (3). – P. 561–598.
17. Reus-Smit C. American Power and World Order // Cambridge: Polity Press. – 2004. – 200 p.
18. Gordon P. H., Shapiro J. Allies at War: America, Europe, and the Crisis Over Iraq / P. H. Gordon // New York: McGraw-Hill. – 2004. – 274 p.
19. Nye J. S. The Paradox of American Power // Oxford: Oxford University Press. – 2003. – 240 p.

**UNDERSTANDING HEGEMONY: A REVIEW OF
CONTEMPORARY THEORIES OF INTERNATIONAL
RELATIONS**

M. Mochalov

This article analyses the concept of hegemony in the field of international relations. The paper attempted to comprehensively compare conceptualisations and understandings of the concept placed in different theories. Four theories of international relations

were chosen for a review: neo-realism, neoliberalism, social constructivism and neo-Marxism.

Keywords: theories of international relations, hegemony, neo-realism, neo-liberalism, neo-Marxism, neo-Gramscianism, social constructivism.

Сведения об авторе

МОЧАЛОВ Максим Анатольевич – студент магистратуры факультета международных отношений, Санкт-Петербургский государственный университет, (г. Санкт-Петербург, Россия), st111022@student.spbu.ru

УДК 130.2

КНИГА, КИНО И ВИРТУАЛЬНАЯ РЕАЛЬНОСТЬ В КОНТЕКСТЕ ФЕНОМЕНА ФЭНТЕЗИ

Д. В. Николина

В статье мы говорим о развитии книжной реальности, кинореальности и виртуальной реальности через феномен фэнтези. В статье описан переход от книги до виртуального мира. Фэнтези – один из наиболее востребованных жанров в современной художественной культуре. Причина состоит, на наш взгляд, в ориентации современной культуры на мифологию, нежели на культуру.

Ключевые слова: книжная реальность, кинореальность, виртуальная реальность, фэнтези.

Книжная реальность долгое время оставалась для человека основным способом для удовлетворения духовных потребностей, получения информации. Основным продуктом книжной реальности – художественная литература, в которых излагаются различные истории. Книги появились еще в древние века. Однако в то время их не печатали, а переписывали собственноручно. С переходом к веку цифровых технологий появилось книгопечатанье, которое значительно упростило передачу информации и добавило возможности для её распространения: книги стали доступны для продажи большому количеству населения.

До появления книжной реальности люди передавали знания при помощи устной речи. С появлением книг, информация, передаваемая устно, получила возможность фиксироваться печатным способом. И книги получили широкое распространение именно благодаря возможности визуализации устных знаний на бумажном носителе. «Печатный текст благодаря свойству точной воспроизводимости обладал гипнотической властью, создававшей впечатление независимости книги от человека. Рукописному слову было не под силу породить такое восприятие текста» [5, с 81].

Помимо визуализации знаний, книга предлагала человеку возможность сохранения знания в форме печатного текста, без чего невозможно развитие науки и научных знаний. Книга позволяет не просто сохранять текст, она позволяет выстроить новый уровень коммуникации, когда к напечатанным текстам возникает возможность отнестись, в том числе, письменно. Таким образом, печатная книга позволяет создать новый уровень дискуссии (в том числе научную), но в данной статье мы сосредоточим свое внимание на художественных текстах.

Популярность художественных книг была неоспорима еще и по той причине, что помогала отдохнуть от повседневности, погрузившись в выдуманный, но в то же время, интересующий человека, мир. Печатные книги зачастую использовали схожие между собой сюжеты, по этой причине для читателя не составляло трудностей отыскать другие истории, которые интересовали его в той же мере, что и первая прочитанная история.

В рамках исследования художественного текста можно выделить две основных позиции: читателя и автора, представляющего свои истории для массового потребления. Истории, представленные авторами, позволяли читателю

погрузиться в мир с выдуманными персонажами, сопереживать им, испытывать волнение или стыд за их действия. Другими словами, читатель взаимодействует посредством текста, с героем (персонажем), погружаясь в книжную реальность.

Погружение в истории происходит благодаря, в первую очередь, интересу со стороны читателя. Интерес – одно из основных факторов формирования потребления. По этой причине, авторы постмодернистской литературы не ставят цели придумывать абсолютно новое, например, новые сюжеты. Ведущим мотивом написания книг порой становится получение прибыли, это проявляется в примере популистской литературы. Из-за этого иногда истории, излагаемые в художественной литературе, становятся не просто копиями, а практически полным повторением известных сюжетов.

Фэнтези и фантастику можно назвать одними из наиболее востребованных жанров в современной художественной литературе. Фэнтези в современной культуре пользуются большей популярностью, чем фантастика. На наш взгляд, это связано с ориентацией культуры скорее на мифологию, чем на науку. Сюжеты, изложенные в фантастической литературе, имеют вероятность реализоваться в будущем, когда это станет возможно благодаря технологиям. Сюжеты же фэнтези не могут реализоваться не в настоящем, ни в будущем. Тем не менее, они представляют собой альтернативу рационального взгляда на мир, ориентированного скорее на выдуманный мир, совершенно отличный от повседневной реальности. В данной работе мы сосредоточимся в основном на феномене фэнтези.

Сюжеты фэнтези показывают читателю другую сторону известного мира: в книгах мы узнаем о существовании магических и мифических существах, о тех героях, которых невозможно увидеть в повседневной реальности. Однако, они популярны в книжных историях, из-за чего люди продолжают верить, что ведьмы, колдуны или феи действительно существуют, на самом деле скрываясь от людских глаз. «Как феномен культуры фэнтези продвигает в массовое сознание потребителя фантастические идеалы, нормы (магия как реальная сила, дихотомия добра и зла), несёт «привлекательный посыл», а также посредством распространяемых символов и знаков транслирует особый мировоззренческий контент» [3, с. 95].

Игра воображения позволяет автору создать все, что поддается представлению. Главное, умело объяснить придуманную идею. Описать подробно, чтобы вызвать виртуальный образ у читателя. Образ, возникающий в воображении читателя, при прочтении книги, не претендует на воплощение в объективной реальности. Фантазия предполагает лишь создание различных образов и оперирование этими образами без стремления и надежды воплощения их в объективной реальности. «В современном литературоведческом лексиконе все чаще встречается определение фэнтези (от «фантазия»), представляющее собой целую литературу, где границы реального, фантастического, ирреального и мистического размыты». [2] Включенность читателя при прочтении можно рассматривать как активную, в момент достраивания сюжета или деталей произведения при помощи воображения. Читатель, исходя из своего прошлого опыта культурных констант, достраивает вышеуказанные моменты, тем самым формируя свой собственный мир феноменов,

возникающих благодаря прочтению художественного текста (воображаемую реальность).

Развитие не стоит на месте и со временем меняется не только восприятие мира через книжные истории, но и он сам, при помощи введения новых технологий. Следующей ступенью развития книжной реальности можно считать кинореальность.

Кинореальность представляет собой взаимодействие литературного текста, визуальных образов и звукового ряда. Благодаря подобному соединению кинореальность достаточно быстро занимает лидирующие позиции. «Кинематограф, как и любой другой вид искусства, позволяет зрителю создать определённый мир, в котором происходит действие. Причем фильм является некоторой компиляцией: литературы – текстовой основы, запечатлевающей на носитель игру актёров и музыки, которая подчёркивает те или иные важные моменты в фильме». [4]

Кинореальность заменяет книжную реальность, лишает человека необходимости визуализировать образы самостоятельно, предоставляя ему уже готовые варианты. Две позиции, которые мы ранее выделяли в ходе исследования художественного текста, изменяются. В кинореальности читатель становится зрителем, а автор – режиссером. Взаимодействие читателя с книгой, в котором у каждого читателя создается свой мир, меняется взаимодействие зрителя и кино. Кинореальность позволяет создавать свои миры, опираясь на готовые образы и представления, в отличие самостоятельного генерирования образов при прочтении книги.

«Интерес к литературному первоисточнику сразу после выхода фильма подтвердил положение, что «литературный текст теперь зачастую воспринимается через призму экранной культуры, а не читательской, и именно удачные экранизации стимулируют обращение зрителя к исходному литературному тексту». [1] Зритель благодаря тому, что визуальные образы, в совокупности со звуком, а иногда и текстом, уже сформированы, оказывается в более пассивной позиции при просмотре фильма, чем при чтении книги. С появлением готового образа на экране, зрителю стало проще ассоциировать себя с героем.

В дальнейшем кинореальность дополняется виртуальной реальностью, формирующей собственные алгоритмы взаимодействия пользователя и героя (персонажа игры). Мы рассматриваем именно вариант компьютерной игры в жанре фэнтези. Используя готовый образ героя, дополняя его при необходимости различными характеристиками и свойствами, виртуальная игра позволяет формировать мир в цифровом формате. Используя, с одной стороны, готовые визуальные образы, как в кинореальности, и трансформируя их в соответствии с собственными предпочтениями, опираясь на способность воображения, пользователь определяет не только тип героя, но и варианты событий, происходящих в игре. При этом основным моментом современных игр становится выстраивание сюжета при помощи текста. Текст выступает проводником в игре, направляющий пользователя в сюжете игры. Алгоритм игры позволяет пользователю осуществлять выбор в игре, тем самым выстраивая собственный сюжет истории, которая возвращает возможность для человека самостоятельно выстраивать события, происходящие на экране.

Итак, в виртуальной реальности мы можем говорить о возвращении к книжной реальности. Возвращение становится возможным благодаря соз-

данию компьютерных игр, главным аспектом которой выступает синтез кинореальности, с возможностью самостоятельной визуализации героев, и книжной реальности, беря за основу литературный текст и способ обращения к читателю. При этом пользователь приобретает возможность самостоятельно выстраивать судьбу героя. Пользователь погружается во взаимодействие с героем, сопоставляя себя с ним.

Еще одним важным свойством фэнтези как в контексте книжной реальности, так и в контексте кино и виртуальной реальности является склонность к сериации. Книжки чаще всего образуют единую серию, схожую либо по основным героям, либо по линии развития сюжета. То есть, об «сериации по сходству». Говоря об играх, можно скорее отнести их к «эволюционной сериации». В отличие от книг, игры редко создают общее пространство со схожими характеристиками. Если игра создана, то она цельна в одном сконструированном мире. Эволюционная сериация подразумевает иерархическое разделение игр. По мере создания одним автором разных произведений.

Более подробно рассмотрим, что такое сериация и какие виды можно у неё выделить. «Сериация – это совокупность методов установления некоей последовательности артефактов и, соответственно, одна из форм определения их относительной хронологии». [6]

Существует несколько видов сериации. Например, сериация по сходству. Имеется в виду разделение похожих по сюжету историй во временных рамках их написания и выхода в свет.

Второй вид сериации называется «эволюционная сериация». Предполагает расположение вещей в той последовательности, в которой они изменялись. К примеру, развитие историй. Изначально шли записи рукой, затем на печатной машинке. Третьей стадией можно назвать написание историй при помощи компьютера. В виде книги. И четвертый, который возможен благодаря виртуальной реальности – электронные книги.

Третий вид сериации – «частотная сериация». В данной сериации речь идет о замене старых вещей новыми. Совершенно отличными от тех, что были ранее. Примером могут служить кино и театр. Театр – изначальная форма выступлений, которая не исчезла полностью и по сей день из-за потребности в нём. А кино – новейший заменитель выступлений при помощи современных средств мультипликации.

Подобная классификация, возможно, не исчерпывает все возможные виды классификации. Мы применяем её как основу для дальнейшей классификации сериации фэнтези.

В статье мы проводим аналогию от книжной реальности до виртуального мира, ставя книжную реальность на первое место, поскольку она наиболее интересна и востребована с точки зрения воображения и погружения в вымышленный мир. Кинореальность и виртуальная реальность очень схожи между собой, за исключением того, что только в виртуальном мире возможна самостоятельная презентация созданного героя.

В современной культуре виртуальная реальность дает каждому пользователю возможность стать автором собственной истории, создание которой, при использовании цифровых технологий, не кажется сложной задачей. Ранее такое реальное воплощение воображаемых образов не было доступно читателю и зрителю, а только автору книг и создателю кино.

Список использованных источников

1. Винтерле И. Д. Роль кинематографа в развитии современной литературы фэнтези [электронный ресурс] // Вестник ННГУ. – 2010. – №4–2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-kinematografa-v-razvitii-sovremennoy-literatury-fentezi> (дата обращения 04.11.2023).
2. Гоголева С.А. Философия жанра фэнтези [электронный ресурс] // URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/filosofiya-zhanra-fentezi/viewer> (дата обращения 04.11.2023).
3. Демина А. В. Фэнтези в современной культуре: философский анализ, дис.: кандидат философский наук: 24.00.01 / Анастасия Владимировна, Астрахань: «Астраханский государственный университет» – Астрахань, 2015. – 153 с.
4. Климов Я. И. Репрезентация реальности в киноискусстве: философско-культурологический аспект [электронный ресурс] // Философия и культура. – 2020. – №4. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/reprezentatsiya-realnosti-v-kinoiskusstve-filosofsko-kulturologicheskiiy-aspekt> (дата обращения 04.11.2023).
5. Маршал Мак-Люэн Галактика Гутенберга. Сотворение человека печатной культуры // Киев: Изд-во «Ника-Центр», 1962. – 206 с.
6. Понятия и категории: Словарь / Справочники [электронный ресурс] // Понятия и категории. URL: <http://ponjatija.ru/node/9670?ysclid=ldpp46vthg237173055> (дата обращения 04.11.2023).

**BOOK, CINEMA AND VIRTUAL REALITY IN THE
CONTEXT OF THE FANTASY PHENOMENON**

D. Nikolina

In the article we are talking about the development of book reality, film reality and virtual reality through the phenomenon of fantasy. The article describes the transition from the book to the virtual world. Fantasy is one of the most popular genres in modern art culture. The reason, in our opinion, lies in the orientation of modern culture towards mythology rather than culture.

Keywords: book reality, movie reality, virtual reality, fantasy.

Сведения об авторе

НИКОЛИНА Дарья Викторовна – преподаватель, Сибирский институт традиционного прикладного искусства, соискатель кафедры философии в Омском государственном педагогическом университете, (г. Омск, Россия), nikolinadaraya@gmail.com

УДК 93.03.23

РУССКОЕ ТОРГОВОЕ МОРЕПЛАВАНИЕ НА БАЛТИКЕ В XVII ВЕКЕ

Е. Г. Овчинникова, Н. Н. Овчинников

В статье рассматриваются основные направления и цели судоходной политики Московского централизованного государства. Показаны достижения и основные проблемы русского, в основном, каботажного торгового мореплавания в указанный период времени.

Ключевые слова: Балтийское море, водные пути, Московское правительство, товар, война, суда.

В 1601–1617 гг. Россия вступила в полосу своей истории, которая получила название «Смутное время». Слабостью Московского государства воспользовались ее противники, в особенности, Швеция. По условиям Столбовского мирного договора Швеции отошли русские города Ивангород, Ям, Копорье, Корела, вся Нева и Орешек с уездом. Таким образом, Столбовский мир отрезал Россию от Балтийского моря.

Швеция, чья собственная внешняя торговля была довольно скромной, фактически захватила в свои руки всю русскую балтийскую торговлю. Она пыталась паразитировать на поставках русских продуктов на балтийский рынок. Таможенные чиновники занимались произвольными поборами с русских купцов, устанавливали высокие тарифы и пошлины.

Стремление овладеть огромным русским рынком в собственных экономических интересах побуждало шведские власти к активным действиям. В 1629 году в устье Невы шведы основали город-крепость Ниен (Ниеншанц). В 1642 г. королева Кристина своим указом объединила Ивангород и Нарву с тем, чтобы сделать Нарву главным стапельным пунктом русской торговли. Канцлер Аксель Оксеншерна даже предлагал превратить Нарву во вторую столицу Швеции [1, с.178].

Захватив Ливонию, Эстляндию и Ингрию, шведские власти стремились превратить эти провинции в источник крупных доходов при условии перенесения русского вывоза из Архангельска в свои остзейские порты.

Основными потребителями русских товаров являлись Англия и Голландия. В XVII веке они безраздельно господствовали на Белом море и держали в своих руках всю балтийскую торговлю. К середине XVII века через Датские проливы из Северного моря в Балтийское и обратно проходило более 2000 судов средней вместимостью 100 ласт (200 т), из которых 68% были голландскими. Главным предметом вывоза были зерно и материалы для судостроения. Главные поставщики – Россия и другие прибалтийские государства, не имевшие на Балтике своего торгового флота и портов. Английские и голландские купцы были заинтересованы в свободной торговле, не стесненной какими-либо ограничениями и высокими таможенными пошлинами.

Первостепенное значение балтийской торговли для ведущих европейских держав Швеция пыталась использовать в своих интересах. Шведская

дипломатия настойчиво убеждала правительства Англии и Голландии не торговать с Россией через Белое море, а перенести всю торговлю на Балтику, где будут соблюдены принципы свободной торговли.

России с экономической точки зрения было выгоднее вести торговлю через Балтийское море, чем через Белое. Водные пути удобно связывали центральную, наиболее развитую часть государства, с Балтийским морем. Навигация на Балтике позволяла совершать через балтийские порты до четырех челночных рейсов из Северного моря в течение года, вместо одного через Архангельск. Но все эти преимущества не имели решающего значения для русского правительства, пока балтийское побережье находилось в руках Швеции. Доходы налогового обложения внешней торговли представляли для русского государства основной канал поступления в казну серебра. Россия не имела своих месторождений драгоценных металлов. Контролируя балтийские порты, основные доходы от русской торговли получали шведские купцы и шведская казна. Правительство царя Алексея Михайловича не желало с этим мириться и пыталось любыми путями утвердиться на Балтике. Нарастающие противоречия между двумя государствами неизбежно вели к войне.

Первое в истории двух стран торговое соглашение было оформлено Тязинским мирным договором 1595 года. Русские купцы имели право свободно торговать в Швеции, а Шведские в России при условии выплаты пошлины. О размерах торговли в XVII веке можно судить по многочисленным челобитным купцов на понесенные от шведских властей убытки [2, с.49].

Поездки торговых людей в Швецию осуществлялись через Новгород по старинному пути «из варяг в греки». На небольших судах ладейного типа купцы по Волхову входили в Ладогу, потом по Ладоге выходили в Неву, шли до шведского города Канцы (Ниеншанц), затем выходили в Балтийское море, а далее следовали в Стокгольм или Ливонию. В торговле со Швецией были заняты преимущественно новгородцы, ладожане, тихвинцы. В прибалтийские города Ригу, Ревель, Нарву, Ивангород русские купцы ходили торговать чаще всего через Псков. Туда шли с товарами преимущественно псковичи, новгородцы, а также торговые люди из Москвы, Ярославля, Астрахани. Размеры отдельных торговых операций участников торгового оборота колебались от нескольких алтын до десятка тысяч рублей.

Самым крупным торговцем на Балтике выступал сам царь Алексей Михайлович [2, с.52-54]. В России XVII века продажа за границу хлеба, ревеня, шелка-сырца, поташа и ряда других продуктов находилась либо целиком в руках государя, либо под его контролем. Царь через купцов-откупщиков сбывал их за границу с большой выгодой для государственной казны. Особой известностью за границей пользовался русский поташ. Он использовался в шерстяной и мыловаренной промышленности. Производился поташ из золы деревьев и травянистых растений в поместьях царя и крупных боярских имениях. Одна бочка поташа в России стоила 27 рублей, а в Швеции – 65 рублей. Не меньший доход приносила торговля шелком, который ввозился транзитом из Персии, где русские купцы по поручению царя скупали его большими партиями.

Масштабную торговлю через балтийские порты вела боярская аристократия. Среди нее выделялся Федор Озорнин, который с целым штатом приказчиков в течение длительного времени жил в Нарве, Ревеле и Риге. Он по-

ставлял к царскому двору шведское железо. Через его посредничество на Балтике торговали бояре Морозовы и Милославские.

Русские купцы, приезжая торговать в шведские владения, оказывались в сложных условиях. По шведскому законодательству они имели право вести торговлю только на территории гостиных дворов. Категорически запрещался розничный торг. Русские не могли торговать с иностранцами и местным крестьянством. За нарушения правил отбирался товар и взимались высокие денежные штрафы. Так в 1647 году по приказу эстляндского губернатора в Ревеле были арестованы русские купцы, прибывшие из Любека с золотом и различными товарами. Им было предъявлено обвинение в том, что по существующим договорам русским дозволено плавание только в шведские порты и запрещена прямая связь с западными рынками [3, с.176-177].

Московское правительство в ответ на ограничения шведскими властями русской торговли всячески стесняло коммерцию шведов в русских городах. Подробный список обид шведского купечества, был представлен посольством короля Карла X в 1655 году. На первом месте стояли злоупотребления при размене денег. На территории России за шведский ригсдалер (25 г серебра) вместо положенных 50 копеек давали 45, а иногда и вовсе не принимали. Постоянно обвешивали. Ограничивали число городов, в которых шведским купцам разрешали торговать. В основном это были Псков, Новгород, Москва [4, с.256-258].

Как бы ни были велики потери шведского купечества, они оставались несоизмеримыми с потерями, которые несла Россия от преобладания Швеции на Балтике. Шведы понимали, что Москва не захочет долго мириться с таким положением вещей и готовились начать войну.

Первым шагом в борьбе царя Алексея Михайловича за Балтийское побережье стала война с Польшей за Украину. Основной удар наносился в направлении Смоленска, Белоруссии и Литвы. 16 сентября 1654 г. взят Смоленск. В результате верховья Днепра и Западной Двины перешли под контроль русского командования. В войну против Речи Посполитой вмешалась Швеция. Польские магнаты поспешили признать власть шведского короля. Возникла опасность объединения Польши и Швеции в борьбе против России. В этих условиях руководитель Посольского приказа Ордин-Нащокин предложил царю прекратить войну против Польши и создать большую антишведскую коалицию, чтобы окончательно утвердиться на Балтийском море.

Афанасий Лаврентьевич Ордин-Нащокин (1606–1680) был одним из выдающихся государственных деятелей своего времени. Благодаря своим административным и дипломатическим талантам снискал личную дружбу царя Алексея Михайловича. Помимо дипломатической службы Ордин-Нащокин проявлял заботу о развитии русской торговли и флота. Он пытался наладить торговые отношения с Пруссией и Средней Азией, отправлял посольства в Индию, интересовался Дальним Востоком и Китаем. Но всегда в его торговой политике на первом месте была Балтика. Хорошо знакомый с балтийской торговлей Нащокин первостепенное значение придавал Рижскому заливу и Западной Двине, а не Финскому заливу и Неве, поэтому для него важнее было завоевание Риги, а не Нарвы.

Попытки создания широкой антишведской коалиции, в конечном счете, оказались неудачными. В результате Алексей Михайлович вступил в войну

с Карлом X, не имея союзников. В июне 1656 г. военные действия между Россией и Польшей были приостановлены. Началась русско-шведская война 1656–1658 гг. План военной кампании заключался в одновременном занятии берегов Рижского залива, южного побережья Финского залива с устьем Невы и освобождения от шведов Ладожского озера. После этого считали возможным взять Стокгольм. Главный удар предполагалось нанести по Динабургу (ныне Даугавпилс) и Риге.

30 июля 1656 года войска князя Масальского взяли Динабург. Осада Риги оказалась неудачной. В дальнейшем военные действия развивались с переменным успехом. В то же время осложнились отношения России с Речью Посполитой, вызванные смертью гетмана Хмельницкого. Московское правительство оказалось перед выбором: продолжить войну за выход к Балтийскому морю или сосредоточить все силы на удержании Украины в составе России. Вопреки позиции Ордин-Нащокина царь сделал выбор в пользу переноса военных действий на территорию Украины. 20 декабря 1658 года в местечке Валиесари под Нарвой было подписано перемирие со Швецией. Причем перемирие для России определялось в 20 лет, а для Швеции в 3 года. Обе стороны договорились продолжить переговоры об условиях подписания вечного мира и союзе против Польши. На время перемирия восстанавливалась свободная торговля между Россией и Швецией. Русским купцам разрешалось заводить торговые дворы в Стокгольме, Риге, Ревеле, Выборге, а шведам в Новгороде, Москве и Пскове [5, с.209-210]. Предложение об обмене территориями с целью получения доступа к морю в районе Финского залива даже не обсуждалось.

После измены гетмана Ю. Хмельницкого и перехода его на сторону польского короля положение России в охваченной войной Украине стало критическим. Капитуляция воеводы В. Б. Шереметьева у Чуднова заставила русские войска перейти на Украине к обороне. В 1660 году Польша заключила Оливский мир со Швецией. России угрожала война на три фронта: со Швецией, Польшей и Крымским ханством. В этих условиях Россия пошла на подписание мира со Швецией. 23 марта 1661 года на мызе Кардис (Эстония) начались мирные переговоры. 21 июня 1661 года Бессрочный или «вечный мир» был заключен. Россия обязывалась вернуть Швеции все завоеванные в Ливонии города. Граница устанавливалась по Чудскому озеру и по реке Нарове. Подтверждались все условия Столбовского мирного договора 1617 года. Кардиский мирный договор оставался в силе вплоть до начала Северной войны.

Русская морская торговля продолжала оставаться в зависимости от иностранных посредников. Вследствие этого купеческий, крестьянский, поморский и монастырский флот осуществлял только каботажные перевозки. Товары доставлялись только в определенные места: Новгород, Нарву, Ивангород, Архангельск, откуда иноземные купцы вывозили их для дальнейшей перепродажи.

Список использованных источников

1. Курц Б. Г. Состояние России в 1650–1655 гг. по донесениям Родеса. – М., 1914. – 268 с.
 2. Рухманова Э. Д. Русско-Шведская торговля на Балтике в середине XVII века. – Таллин: Эстонское государственное издательство, 1957. – С. 47–71 с.
-

3. Вайнштейн О. Л. Экономические предпосылки борьбы за Балтийское море и внешняя политика России в середине XVII века // Ученые записки Ленинградского государственного университета: сборник. – Вып. 18. – Издательство ЛГУ, 1951. – С.157-184 с.

4. Форстен Г. В. Сношения Швеции и России во второй половине XVII века (1648–1700) // Журнал министерства народного просвещения. – Ч.СССХV. – СПб, 1898. – 323 с.

5. Похлебкин В. В. Внешняя политика Руси, России и СССР за 1000 лет в именах, датах, фактах // М.: Международные отношения, 1995. – 288 с.

RUSSIAN MERCHANT SHIPPING IN THE BALTIC IN THE 17TH CENTURY

E. Ovchinnikova, N. Ovchinnikov

The article discusses the main directions and goals of the shipping policy of the Moscow centralized state. The achievements and main problems of Russian, mainly coastal merchant shipping in the specified period of time is shown.

Keywords: Baltic Sea, waterways, Moscow government, goods, war, ships.

Сведения об авторах

ОВЧИННИКОВА Елена Григорьевна – кандидат исторических наук, доцент кафедры истории и регионоведения, Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича, (г. Санкт-Петербург, Россия), egovc@mail.ru

ОВЧИННИКОВ Николай Николаевич – кандидат исторических наук, доцент, заведующий кафедрой Отечественной истории, политологии и социологии, ФГБОУ ВО «Государственный университет морского и речного флота имени адмирала С. О. Макарова», (г. Санкт-Петербург, Россия), nnovch@mail.ru

УДК 327

ЕВРОАТЛАНТИЧЕСКАЯ ИНТЕГРАЦИЯ ГРУЗИИ: СОДЕРЖАНИЕ, ДИНАМИКА И ПЕРСПЕКТИВЫ

А. Э. Окуджава

В данной статье рассматривается процесс евроатлантической интеграции Грузии, исследуется его значимость для политического и экономического развития страны. Анализируются основные аспекты, включая исторический контекст, этапы интеграции, а также вызовы и перспективы на этом пути. Рассмотрены отношения Грузии с НАТО и влияние интеграции на политические и экономические реформы в стране. Данное исследование поможет более подробно проанализировать долгосрочные перспективы, с которыми Грузия сталкивается в своем стремлении стать полноправным членом евроатлантического сообщества.

Ключевые слова: Грузия, евроатлантическая интеграция, НАТО, внешняя политика, реформы, перспективы, членство в международных организациях.

После распада Советского Союза в 1991 году независимая Грузия оказалась в крайне нестабильном положении из-за внутренних территориальных проблем, которые в дальнейшем сформировали определенные приоритеты внешней политики и политики безопасности Грузии, а именно взятие курса на евроатлантическую интеграцию. Данная цель была озвучена грузинским правительством в начале 90-х годов, и в дальнейшем каждое новое правительство заявляло, что данная цель сохранена и все так же является приоритетом для страны. В основные цели, которые ставит перед собой грузинское правительство в течение последних двух десятилетий, входит – выход из пространства влияния России, обеспечение экономической помощи со стороны запада и получение Плана действий по членству (ПДЧ) от НАТО. Стремление Грузии в установлении более тесных связей с НАТО являются фактором, влияющий на внешнюю политику и политику безопасности Грузии и непосредственно России, которая рассматривает расширение НАТО рядом вблизи своих границ потенциальной угрозой безопасности своей страны. Проблема обусловлена опасением России во вступлении Грузии в НАТО и ее вестернизация во многих сферах, в особенности военной, которая становится еще более выраженной с каждым годом [11].

Среди Закавказских республик Грузия занимает лидирующие позиции в части сотрудничества с НАТО. Формирование партнерских отношений Грузии с НАТО началось в 1992 году, когда Грузия присоединилась к Совету североатлантического сотрудничества, позднее преобразованный в Совет евроатлантического партнерства – СЕАП [5,2]. Позже в 1994 году, Грузия присоединилась к программе «Партнерство ради мира» (ПРМ). В 1999 году Грузия присоединилась к «Процессу планирования и анализа» (ППА), который является обязательным условием для возможного предоставления плана действий по членству в НАТО (ПДЧ) в будущем. Одним из важных моментов в отношениях между НАТО и Грузией стал 2002 и 2003 года, поскольку Грузия официально заявила о своих евроатлантических устремлениях на саммите в Праге в 2002 году, в 2003 – пришедшее после «революции роз», новое пра-

вительство декларировало приверженность широкомасштабным преобразованиям в ключевых сферах жизни общества, и спустя один год, в 2004 году Грузия стала первой страной, получившей Индивидуальный План действий партнерства, ориентированный на внутренние реформы в стране.

Причина интереса и стремления альянса по укреплению связей и установление общих интересов безопасности и стабильности в Грузии является ее выгодное географическое расположение и, благодаря которому возможно использование Грузии как канал для транспортировки нефти и газа из Каспийского бассейна, через который проходят два основных нефтепровода: один к Черному морю, а второй через Турцию к Средиземному морю. Так, трубопровод Баку — Тбилиси-Джейхан (БТД), который в то же время является вторым по протяженности трубопроводом в мире, можно рассматривать как некое осязаемое соединение с западом. Данный коридор служит одним из этапов экспортного маршрута в Европейский Союз, известного как Южный коридор.

Заинтересованность Грузии во вступлении в НАТО рассматривается грузинской стороной не только как гарантия безопасности, но и как символ принадлежности к западу, желание получить стабильность во внешней и внутренней политике страны. Так, согласно опросу, проведенному в Грузии в декабре 2021 года по заказу Национального демократического института США (NDI), население Грузии продолжает активно поддерживать членство в ЕС и НАТО. Если в июле 2021 «за» высказались 74%, то в декабре эта цифра увеличилась до 77%. Более того, несмотря на политические разногласия между грузинским правительством и оппозицией, существует консенсус по этому вопросу. Эта поддержка видится предполагаемой безопасностью и экономическими выгодами, которые могут быть предложены странам-участникам после вступления в альянс [7, 10].

Саммит НАТО в Бухаресте в 2008 году закрепил в общественно-политическом обсуждении тему вступления Грузии в альянс [1]. В парламенте были декларированы тезисы о модернизации грузинских вооруженных сил по стандартам НАТО и о готовности страны вступить в ряды альянса в ближайшем будущем. Политический диалог Грузии и НАТО усилился после обострения конфликтов с Абхазией и Южной Осетией в 2008 году. Со стороны альянса была оказана поддержка Грузии в области проведения широкого спектра реформ, а именно – модернизация военной инфраструктуры и преобразования в сфере развития структур гражданского общества. Последовавшее далее формирование комиссии Грузия–НАТО стало преобразованием двусторонних отношений между сторонами.

Безопасность Черного моря является одним из основных вопросов, которое занимает приоритетное место в обсуждениях между официальными лицами НАТО и Грузии. Реформы сектора безопасности, проводимые в Грузии и по сей день, направлены на приближение к стандартам альянса в военном секторе, которое также в свою очередь выражает стремление страны-кандидата вступить в дальнейшей перспективе в НАТО.

Стоит выделить 2014 год как ступень динамичного развития в отношениях между Грузией и НАТО в результате создания на саммите в Уэльсе в 2014 году «Существенного пакета сотрудничества НАТО-Грузия» позволивший создать в 2015 году – Совместный учебный и оценочный центр НАТО-Грузия на военной базе «Крцаниси» [12,14]. Данный центр обеспечивает обу-

чение и оценку вооруженных сил Грузии, которая направлена на повышение обороноспособности страны и укрепление международной безопасности. Принятие Существенного пакета сотрудничества НАТО-Грузия позиционировалось как начало нового этапа в отношениях НАТО и Грузии, которое отобразилось в военных учениях НАТО в Черном море при активном участии грузинской стороны, например, в Ираке, Афганистане и Косово. Так, в сентябре 2021 года завершилась одна из последних миротворческих миссий – «Решительная поддержка» в Афганистане. Последние учения были завершены в марте 2022 года, следующие запланированы на март 2025 года.

В 2020 году были обновлены инициативы в Существенном пакете сотрудничества НАТО-Грузия [4]. Обновленный пакет все так же охватывал такие области: воздушный, наземный, морской, киберпространство и включил дополнительные мероприятия по проведению регулярных совместных учений НАТО-Грузия. Обновленный пакет состоит из 16 инициатив, 3 из которых новые. Новые инициативы содержат в себе поддержку Грузии в развитии военно-медицинского потенциала, улучшения возможности обучения английскому языку в Грузии и усовершенствования системы кодификации и стандартизации, что обеспечивает еще более высокий уровень оперативной совместимости новых оборонных проектов и программ Грузии с требованиями НАТО [8,15].

Евроатлантическая интеграция правительством Грузии определяется приоритетом во внешней политике и путем для обеспечения безопасности и стабильности в регионе [4]. Грузия зарекомендовала себя как надежный партнер НАТО не только в участии в военных учениях и международных миссиях, но и в своей готовности проводить различные внутренние реформы в своей стране. Тем не менее, существуют аргументы против ее вступления в альянс среди стран-членов, таких как Германия и Франция. Аргумент, часто используемый против принятия Грузии в НАТО, заключается в том, что по плану действий по членству в НАТО прописан пункт, в котором говорится о том, что у страны-кандидата на момент подачи ПДЧ не должен иметь нерешенные территориальные споры, которые у Грузии имеются по двум территориям [9]. Можно констатировать, что вопрос о членстве Грузии в НАТО остается открытым. Оценивая перспективы вступления Грузии в НАТО на данный момент, можно предположить, что в ближайшее время не предвидится сдвиг в сторону решения о предоставлении официального статуса кандидата и о конкретных датах предоставления плана действий по членству Грузии. В силу незавершенности реформ во внутренней и внешней политике страны, предполагается поддержание выбранного с 90-х годов западного курса, ориентированного на европеизацию страны, продолжение реализации проводимых реформ, нарастание и укрепление сотрудничества НАТО и Грузии, в особенности в военной сфере, и сохранение Грузией стремления стать полноправным членом североатлантического альянса [13].

Список использованных источников

1. Администрация Президента Грузии [электронный ресурс] // URL: <http://www.president.gov.ge/ru/> (дата обращения: 12.10.2023).
 2. Александрин О. Вектор европейской интеграции во внешне политике Грузии: взгляд из России [электронный ресурс] // URL: <http://www.president.gov.ge/ru/> (дата обращения: 16.10.2023).
-

3. Концепция национальной безопасности Грузии [электронный ресурс] // URL: <http://www.civil.ge/geo/article.php?id=24953> (дата обращения: 10.10.2023).
4. НАТО – библиотека: официальные тексты [электронный ресурс] // URL: https://www.nato.int/cps/ru/natohq/official_texts.htm (дата обращения: 08.10.2023).
5. Министерство иностранных дел Грузии [электронный ресурс] // URL: <http://www.mfa.gov.ge> (дата обращения: 12.10.2023).
6. Опрос Национального демократического института США (NDI) [электронный ресурс] // RadioTavisupleba, the population actively favors joining NATO. URL: <https://www.radiotavisupleba.ge/amp/31673774.html> (дата обращения: 05.10.2023).
7. Парламент Грузии. Основные направления внешней политики Грузии [электронный ресурс] // URL: <http://www.parliament> (дата обращения: 03.10.2023).
8. Центр НАТО в Грузии [электронный ресурс] // URL: <http://www.natoinfo.ge> (дата обращения 03.10.2023).
9. Адвадзе В. С. Грузия: есть ли перспектива? // Национальные интересы. – 2011. – № 2. – 170 с.
10. Жужунашвили Г. Вопросы грузино-русских взаимоотношений // Тбилиси: ТГУ, 2009. – 116 с.
11. Давиташвили З. Нейтралитет или Западная ориентация? // Национальные интересы Центральная Азия и Кавказ. — 2002. — № 5 (23). — 240 с.
12. Waltz K. Globalization and American Power // The National Interest. – 2000. – Vol. 59. Spring. – 48 p.
13. Haass R. N. The Age of Nonpolarity // Foreign Affairs. 2008. No 87 – P. 44.
14. აბაშიძე ზ. ცივი ომი: წარსული თუ დღევანდლობა? / ზურაბ აბაშიძე; [მხატვ. გიორგი წერეთელი]. - მე-2 გამოცემა. - თბილისი: თბილ. უნ-ტის გამ-ბა, 2014 (თსუ-ს სტ.). - 224 გვ
15. გრიშკაშვილი ამბროსი. საქართველო გლობალურ სამყაროში / ამბროსი გრიშკაშვილი; [რედ. ივანე ჩხაიძე]. - თბ.: ცის ნამი, 2010. - 184 გვ.

EURO-ATLANTIC INTEGRATION OF GEORGIA: CONTENT, DYNAMICS AND PROSPECTS

A. Okudzhava

This article examines the process of Euro-Atlantic integration of Georgia and examines its significance for the political and economic development of the country. The main aspects are analyzed, including the historical context, stages of integration, as well as challenges and prospects along this path. Georgia's relations with NATO and the impact of integration on political and economic reforms in the country are examined. This study will help to analyze in more detail the long-term prospects that Georgia faces in its quest to become a full member of the Euro-Atlantic community.

Keywords: Georgia, Euro-Atlantic integration, NATO, foreign policy, reforms, prospects, membership in international organizations.

Сведения об авторе

ОКУДЖАВА Анна Элгуджаевна – магистрант 2 курса, Санкт-Петербургский государственный университет, (г. Санкт-Петербург, Россия), annaokudjava@mail.ru

УДК 327.57

ФИНСКАЯ ДОКТРИНА ПААСИКИВИ-КЕККОНЕНА В КОНТЕКСТЕ ХОЛОДНОЙ ВОЙНЫ И СОВРЕМЕННОСТИ

Е. А. Руденко

Статья рассматривает влиятельную финскую внешнеполитическую стратегию, известную как доктрина Паасикиви-Кекконена. Сформулированная в период холодной войны, эта доктрина, названная в честь двух выдающихся финских лидеров Урхо Кекконена и Юхо Паасикиви, была направлена на обеспечение безопасности и нейтралитета Финляндии в условиях геополитических напряжений. В статье освещаются ключевые аспекты взаимоотношений Финляндии с Советским Союзом и Западом, а также роль доктрины в современном контексте.

Ключевые слова: Финляндия, доктрина Паасикиви-Кекконена, финляндизация, СССР, Россия, международные отношения, нейтралитет.

В апреле 1948 года Финляндия подписала Договор о дружбе, сотрудничестве и взаимной помощи с Советским Союзом. По этому пакту о взаимопомощи Финляндия обязывалась, в случае необходимости, с помощью Советского Союза, противостоять вооруженному нападению «Германии или ее союзников» (т. е. НАТО) на Финляндию или Советский Союз [1]. В то же время в соглашении признавалось стремление Финляндии оставаться вне великодержавных конфликтов. Это соглашение продлевалось каждые 20 лет в 1955, 1970 и 1983 годах, что позволяло Финляндии сохранять независимость во внутренних делах, т.е. многопартийную парламентскую систему, и не вступать в Восточный блок [2]. Однако о вступлении в НАТО или другом открытом союзе со странами Запада не могло быть и речи, а внешняя политика носила сдержанный характер.

Доктрина Паасикиви-Кекконена была внешнеполитической концепцией, созданной президентом Финляндии Юхо Кусти Паасикиви и продолженной его преемником Урхо Кекконеном, направленной на благополучное существование Финляндии как независимой суверенной, демократической и капиталистической страны в непосредственной близости от Советского Союза.

Главным архитектором послевоенной внешней политики нейтралитета Финляндии был Юхо Кусти Паасикиви, который был президентом с 1946 по 1956 год. Урхо Кекконен, президент с 1956 по 1982 год, развил эту политику, поставив акцент на том, что Финляндия должна придерживаться активного, а не пассивного нейтралитета.

Финляндия и Советский Союз подписали Парижский мирный договор в феврале 1947 года, который помимо уступок Московского мирного договора предусматривал [3]:

- ограничение численности сил обороны Финляндии;
- уступку Советскому Союзу района Петсамо на арктическом побережье;
- аренду полуострова Порккала у Хельсинки Советами для использования в качестве военно-морской базы на 50 лет (возвращен досрочно в 1956 г.),

а также свободный транзитный доступ в эту зону через территорию Финляндии;

- военные репарации Советскому Союзу на сумму примерно 570 миллионов долларов США в 1952 году, однако позже сумма была снижена до 226 миллионов золотых долларов.

Финские оппозиционеры часто критиковали доктрину Паасикиви-Кекконена как склонившуюся к “литургическому” навязыванию добрососедских отношений и слепо ведущую Финляндию в кильватере СССР [1]. Однако активность торговли между двумя государствами не могла оставаться без внимания. Более того, политика была тесно связана с личностью президента Кекконена, который, следовательно, использовал свое положение «гаранта советских отношений» против политических противников. Прямая цензура, как официальная, так и неофициальная, ограничивала прессу, запрещала кино и литературу, считавшуюся явно антисоветской, например «Маньчжурский кандидат» или «Архипелаг ГУЛАГ», хотя в остальном политические свободы не ущемлялись [1].

Роль линии Паасикиви-Кекконена в финских дискурсах о внутренней и международной политике представляет собой прекрасный пример того, что один и тот же термин может трактоваться по-разному, что позволяет говорить о нем как о плавающем. С момента своего провозглашения в 1940-х годах линия Паасикиви-Кекконена никогда официально не заявлялась как стратегия национальной безопасности, а само ее определение возникало в ходе политических дискурсов. Финское правительство в дальнейшем не отклонялось от политического курса, проложенного У. Кекконеном, несмотря на его отставку и выход на пенсию в 1981 г. Долгое время среди финских историков велись дебаты о наследии У. Кекконена, имевших место в 1980-х гг, и 1990-х - после распада СССР [4].

Однако внешнеполитический курс Финляндии, ориентированный на Советский Союз, вовсе не ставил перед собой задачу поддерживать отношения с последним, игнорируя при этом другие европейские державы. Точно так же многие граждане Финляндии воспринимают линию Паасикиви-Кекконена не как финскую стратегию в отношении Советского Союза/России, а как финскую стратегию национальной безопасности и внешней политики, жизненно важным элементом которой является нейтралитет [5]. В 1995 году, когда Финляндия (вместе со Швецией) присоединилась к Европейскому союзу, ее трактовка внешней политики и стратегии безопасности сменились с нейтралитета на неприсоединение.

Нельзя было исключать возможности дальнейшего размывания, прекращения политики северного нейтралитета в ближайшем будущем. В то же время, этот сценарий казался маловероятным из-за преимущественно негативного общественного мнения о вопросе вступления в НАТО, как в Финляндии, так и в Швеции. Несмотря на резкий скачок поддержки вопроса об интеграции с альянсом, многие финские граждане рассматривали нейтралитет и неприсоединение как синонимы, и считали это привлекательным подходом к организации отношений страны с остальным миром [6].

В то время как финские политики отождествляли понятия “нейтралитет” и “неприсоединение”, наблюдатели за внешней политикой Финляндии за ее пределами делают то же самое с понятиями “финляндизация” и “фин-

ская модель внешней политики”. Например, когда в 2006 году Россия значительно увеличила экспортные пошлины на необработанную древесину, что ударило по финскому лесному сектору, Финляндия не повысила пошлины на импорт из России, а ответила инвестициями в модернизацию своего лесного сектора. Это позволило сократить расходы и тем самым минимизировать потери от российских пошлин. Однако это также побудило иностранных наблюдателей задаться вопросом, является ли такой ответ свидетельством продолжающейся «финляндизации» [7].

Среди российских ученых, специализирующихся на российско-финляндских отношениях, возник консенсус - они считают, что концепция «финляндизации», ставшая популярной в странах НАТО в период разрядки в советско-американских отношениях не совсем точно описывает характер советско-финляндских отношений того периода [5]. В качестве контраргумента приводится взаимная экономическая выгода Договора о дружбе, сотрудничестве и взаимной помощи [8].

Хотя понятие «финляндизация» в большинстве случаев воспринимается негативно, некоторые эксперты в области международных отношений за пределами Финляндии и России, которые ошибочно называют этим термином финскую модель нейтралитета, применяют его в положительном ключе. Например, за год до распада Советского Союза Дж. Квестер предположил, что «финляндизация» Прибалтики была бы подходящим компромиссом на случай выхода трех государств из состава СССР в результате перестройки [9].

Термин «финляндизация» уже прочно вошёл в оборот. Однако многие финны считают, что вокруг этого понятияросло большое количество стереотипов. Так Ханна Ойанен из финского Института международных отношений, обращаясь к западным политическим аналитикам, объясняет: “Для вас финляндизация означает покорность и осторожную позицию по отношению к России. Однако у этого термина есть и позитивное значение: он означает, прагматичное сотрудничество и поддержание корректных отношений с Россией” [7].

Большинство современников финской политологической и исторической школ сейчас проводят работу над тем, чтобы снять с Финляндии “обвинения” в финляндизации либо полностью отрицая негативный аспект, который подразумевает это понятие, либо частично соглашаясь с ним, переключая внимание на положительных моментах (по принципу “да, но...”). Впрочем, дискуссия между политологами на тему финляндизации постепенно начинает изживать себя. Смотря на то, как разворачиваются события в наши дни и то, как стремительно меняется подход североевропейских держав к вопросам об отношениях с Россией, едва ли утверждения о повторной “финляндизации” могут называться жизнеспособными.

Список использованных источников

1. Ланко Д. А. Финляндизация, нейтралитет или Кеккословакия? Линия Паасикиви–Кекконена в финских дискурсах через 30 лет после холодной войны // Международная аналитика. – 2021. – Том 12 (3). – С. 139–153.
2. Андреев С. Финляндия: нейтралитет 75-летней выдержки [электронный ресурс] // РСМД. 2019. URL: <https://russiancouncil.ru/analytics-and->

comments/analytics/finlyandiya-neytralitet-75-letney-vyderzhki/ (дата обращения: 15.05.2023)

3. Мирный договор с Финляндией [электронный ресурс] // URL: <http://docs.historyrussia.org/ru/nodes/136172-mirnyy-dogovor-s-finlyandiey-parizh-10-fevralya-1947-goda#mode/grid/page/1/zoom/1> (дата обращения: 25.05.2022).

4. Juntunen T. Helsinki Syndrome: The Parachronistic Renaissance of Finlandization in International Politics [electronic resource] // University of Tampere. 2017. URL: https://www.researchgate.net/profile/Tapio-Juntunen/publication/317231205_Helsinki_Syndrome_The_Parachronistic_Renaissance_of_Finlandization_in_International_Politics/links/5b0bd67d0f7e9b1ed7fa4646/Helsinki-Syndrome-The-Parachronistic-Renaissance-of-Finlandization-in-International-Politics.pdf (last request: 04.05.2023).

5. Вежливцева Н. Ю. Нейтралитет Финляндии как часть ее национальной идентичности. [электронный ресурс] // Вестник МГИМО-Университета. 2019. URL: <https://doi.org/10.24833/2071-8160-2019-2-65-86-100> (дата обращения: 19.05.2023).

6. Андреев С. Финляндия: нейтралитет 75-летней выдержки [электронный ресурс] // РСМД. 2019. URL: <https://russiancouncil.ru/analytics-and-comments/analytics/finlyandiya-neytralitet-75-letney-vyderzhki/> (дата обращения: 15.05.2022).

7. Садовский Г. Финляндизация Европы [электронный ресурс] // Иносми. 2006. URL: <https://inosmi.ru/20060710/228656.html> (дата обращения: 04.05.2023).

8. Договор О дружбе, сотрудничестве и взаимной помощи между Союзом Советских Социалистических Республик и Финляндской Республикой [электронный ресурс] // URL: <https://docs.cntd.ru/document/1901033> (дата обращения: 27.03.2023)

9. Quester G. Finlandization as a Problem or an Opportunity? [electronic resource] // The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science. 1990. URL: <https://ru.art1lib.org/book/41958926/d088de> (last request: 04.05.2023).

Сведения об авторе

РУДЕНКО Егор Александрович – ассистент кафедры истории и регионоведения, Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича, (г. Санкт-Петербург, Россия), rudenko.ea@sut.ru

УДК 327
ГРНТИ 11.25.09

ВЛИЯНИЕ СИСТЕМЫ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ НА ФОРМИРОВАНИЕ ДИКТАТОРСКИХ РЕЖИМОВ XX ВЕКА.

М. М. Сафронова, А. Ю. Цыгоняева

Система международных отношений является ключевым фактором, для формирования современных национально-суверенных государств и регулирования взаимоотношений между акторами. Начало XX века стало началом небывалого кризиса международных отношений. Мир отказывался выступать в прежних рамках системы, ведь предыдущая привела к колониальному кризису и войне, спровоцировав тем самым установление Европейских диктаторских режимов. Попытки создать новые отношения в начале XX века, обернулись лишь генезисом диктатур в мировом масштабе. В статье предпринята попытка: рассмотрения основных характеристик систем международных отношений как основной фактор формирования 4 волн диктаторских режимов XX века.

Ключевые слова: диктатура, система международных отношений, великие державы, мир, кризис, порядок.

*«Международные отношения, постоянно изменяясь под воздействием мировой политики, в свою очередь, влияют на ее содержание и характер»
Владимир Лукин.*

В начале XIX века под влиянием Французской революции и Наполеоновских войн, в Европе сложилась новая система международных отношений - Венская система.

Одним из ключевых моментов новой системы стал «европейский концерт». Его основные элементы это признание права народов на самоопределение, соперничество либеральных и консервативных партий, принцип легитимизма и колониальная экспансия. Европейский концерт предполагал мирное обсуждение противоречий и коллективное урегулирование конфликтов. Но великие державы не сумели воплотить эту систему в жизнь, что привело к новой войне за передел мира.

В процессах, происходящих в этот период можно обнаружить истоки радикальных идеологий XX века – фашизма и нацизма и нового типа политического режима – диктатуры.

Начало распространению идей национального суверенитета положила революционная Франция [1, с. 196]. Наполеоновские войны дали толчок подъему национальных чувств, по Европе прокатилась волна освободительных восстаний. Их патриотический характер особенно отчетливо проявился в странах, находившихся под иностранным господством, таких как Греция, или разделенных на множество государств, как Италия. Там, где уже имелись либеральные конституции, граждане требовали демократических преобразований, всеобщего избирательного права. «Четверть века, последовав-

шая за этими революциями, ознаменовалась решительным шагом вперед в достижении национальных целей народов Центральной Европы». [2]

Однако, венский конгресс, руководствуясь принципом легитимизма, пренебрегал интересами наций, что обостряло противоречия между консерваторами и либералами. Либералы отвергали легитимизм, поскольку усматривали в нем ущемление суверенных прав государств, в том числе и права самостоятельно проводить внешнюю политику. «Отвергнув легитимизм, провозгласив основой своей внешней политики конкретную выгоду или реальные интересы, европейские государства стали гораздо менее склонными к уступчивости и компромиссам в отношениях между собой». [1, с. 343].

Борьба консервативных и национал-либеральных идей в Европе привела к разделению ее государств на две группы: союз консервативных монархий Пруссии и Австрии, Российской империи и группировка либеральных государств Западной Европы. Осенью 1833 г. в чешском Мюнхенгреце и Берлине они заключили конвенции о верности принципам легитимизма и Священного союза, о взаимной поддержке в случае возникновения каких-либо внутренних или внешних угроз их безопасности, а также о праве любого монарха, которому грозило восстание подданных, призвать на помощь других независимых государей. «Эти соглашения, с одной стороны, являлись своеобразной демонстрацией единства северных дворов перед лицом революционной опасности. с другой — в них содержался открытый вызов принципу невмешательства, провозглашенному Великобританией и Францией в 1830 г». [1, с. 213]. Подписание создало группировку монархий, не желающих и всячески препятствующие установлению либеральных идей и парламентаризма в стране. В ответ на Мюнхенгрецкие конвенции было подписано сердечное согласие Великобританией и Англией. В конце XIX – начала XX века Европа пребывала в иллюзии мира: распространилось убеждение о несостоятельности войн как средства решения споров между государствами. «Война наступательная, с целью территориальных приобретений, еще может сохранять свою привлекательность в области колоний. Но в самой Европе такая война решительно вышла из моды. Европейская война до такой степени противоречила бы современному состоянию взаимных европейских культурных связей и высокой сложности европейского народного хозяйства и международного обмена, что одна мысль о ней вызывает все более решительное осуждение общественного мнения передовых наций». [3, С. 82.]

В большинстве европейских стран в конце XIX – начале XX в. сложились влиятельные националистические движения. Однако во второй половине XIX в. они начали приобретать ярко выраженный консервативный оттенок. Их сторонники демонстрировали приверженность традиционным ценностям, таким как армия, церковь, сильная исполнительная власть. Приобрела популярность идея «жизненной необходимости», оправдывавшая колониальные захваты и внешнюю экспансию. Колониализм, в свою очередь, изменили баланс сил и создал угрозу шаткому миру между европейскими державами. «Пятьдесят лет, предшествовавшие 1914 году, были классическим периодом ксенофобии и вызванного ею проявления националистической реакции, потому что это был период массовой подвижности и миграции населения, а также – скрытого и явного напряжения в обществе». [4, с. 224].

«Ведущие державы положили в основу своей политики не принципы гуманизма, а силу и своекорыстный интерес. Четверть века, последовавшая за этими революциями, ознаменовалась решительным шагом вперед в достижении национальных целей народов Центральной Европы». [9].

В политологии существует теория Хантингтона о «трех демократических волнах» в Европе начала XIX – конца XX века.

Первая волна демократизации (1828 – 1926) начинается с буржуазных революций в Америке и Франции и приводит к утверждению демократии в 29 странах.

Вторая (короткая) волна (1943 – начало 1960-х гг.) связана с победой союзников во Второй мировой войне и деколонизацией – событиями, которые увеличили число демократических режимов до 36.

Третья волна начинается с падения диктатуры в Португалии, Греции (1974), Испании (1975), Аргентине (1983), завершения деколонизации и краха социалистического лагеря, что привело к появлению 72 новых демократических государств.

По аналогии с этим можно предположить и существование «волн диктатур». Хотя диктатуры имеют общие черты (возвеличивание определенной группы людей (нации или класса), отрицание демократии, узурпация власти партией или вождем), в зависимости от конкретных экономических и социополитических условий в стране исторически складываются разные типы диктатур. Можно выделить четыре наиболее явных типов: империалистический, фашистский, социалистический и деколонизационный.

Кризисный процесс с конца XIX века нарастал в государственном устройстве европейских стран. Система парламентаризма не оправдала собственных постулатов. Современные парламенты, как утверждал Шмитт, были неспособны примирить демократию, предполагающую политическое единство, с либерализмом, принципиально индивидуалистическим. Население испытывавшее на себе тяготы войны и побывавшее на фронте, больше не поддерживало в либеральную концепцию управления государством, т. к именно она привела мир к Первой мировой войне. В период с 1917 по 1936 гг. постимпериалистические диктатуры установились в Турции, Испании, Австрии, России, Испании, Португалии. В 1926 году генерал Мигель Примо произнес: – «Парламентская система потерпела крах, и не найдется таких безумцев, чтобы восстановить ее в Испании». [6, с. 234]. Впоследствии именно эти государства оказались подвержены влиянию идеологии фашизма.

Первая мировая война изменила облик Европы, сформировав новую систему дипломатических и экономических взаимоотношений. Базис нового мирового порядка изменился. Вудро Вильсон 28 президент США, смог четко уловить новые тенденции развития МО. Традиционную систему баланса сил, лежавшую в основе довоенного порядка и оказавшуюся неспособной предотвратить мировую войну. Вильсон предлагал отказаться от принципа равновесия как главного фактора международной стабильности, заменив его принципом коллективной безопасности, «основанным на формальном равенстве больших и малых государств и признании права наций на самоопределение» [1, с. 14]. Вильсон предпринял попытку заложить новые основы мирового порядка, которые требовались, но не смогли выжить в послевоенном времени. Важнейшим инструментом и гарантом поддержания нового международного

порядка должна была стать постоянно действующая международная организация — Лига Наций. Решая законодательные экономические, юридические вопросы, она не имела правового рычага влияния на государства. Лига наций провозгласила: процесс разоружения; национальной целостности и самоопределения народов, открытый обмен информацией о военной технике - на деле представляя собой механизм управления для господства белой расы, без четкого представления (подходах) о достижении цели - мирного разрешения конфликтов и солидарного противодействия любой агрессии. США отказавшись от роли гаранта вопросах урегулирования войны, возложив, бремя ответственности на Великобританию и Францию. Эффективность Лиги Наций находилась в прямой зависимости от поддержки ведущих держав мира. «В сфере международных отношений господствует «плюрализм суверенитетов», поэтому здесь нет монополии на принуждение и насилие, и каждый участник международных отношений вынужден исходить в своем поведении из во многом непредсказуемого поведения других участников». [12].

Версальско-вашингтонская система характеризовалась, репрессивными мерами «победителей к побежденным», для шаткого и кратковременного эффекта закрепления господства на поделенных территориях. Версальский, Трианонский, Сен-Жерменский, Нейский договор лишили Германию, Австро-Венгрию, Болгарию и Турцию своих территорий, что привело к созданию новых европейских государств и усугублению германского экономического кризиса. Версальско-вашингтонской система характеризовалась своей неравномерностью в распределение зон колониального влияния.

Конец колониального господства Германской империи имел расхождение с принципами суверенитетов и целостном распределении территорий. При проведении референдумов о самоопределении, страны победительницы в решении о создании новых государств или изменении государственных границ делали всё возможное, чтобы унижить проигравшую сторону (Германию, распавшуюся Австро-Венгрию). «Результатом стало не только полное неприятие проигравшими условий Версальского мира, но и формирование во вновь созданных (Финляндии, Эстонии, Латвии, Литве, Польше, Чехословакии) или значительно увеличившихся в размере (Румынии) странах-победителях новых крупномасштабных меньшинств, в значительной степени состоявших из представителей бывших «имперских» наций». [8, с. 3]. Большинство государств отличались слабостью внутренних институтов власти и утратили свой демократический характер в межвоенный период. (Австрия и Венгрия). Данные меры применялись только по отношению к Европе, в то время как колонии Турции и Германии в Африке и Азии, были вновь поделены между странами победительницами. Концепция признания суверенитетов имела двухсторонний характер – удовлетворив амбиции победителей, загнав в угнетение проигравших, лишив другие страны (Турцию; страны Азии; Африки) права на (провозглашенные принципы демократизма ко всем народам) самоопределение - оставив «островок» мирового господства.

При определении границ новых государств победившие страны в первую очередь руководствовались своими собственными геополитическими и военно-стратегическими интересами, часто противоречащими интересам народов, чьими судьбами они манипулировали. Мандатная система, хотя и была формально под контролем Лиги Наций, фактически не противоречила колони-

альным амбициям победивших держав и, скорее, служила их политическим оправданием.

Версальский договор также носил репрессивный характер, нарушая традиционную систему баланса сил, как главного фактора международной стабильности, заменив его принципом коллективной безопасности. При системе баланса сил, несколько крупных государств сохраняли примерно одинаковое влияние на ход событий, обуздывая «чрезмерные» претензии друг к другу. Положения Версальского договора закрепили за Германией жесткие военные ограничения, экономические требования победителей в виде репарационных платежей, разрыв государственной территории на Востоке, не только подрывали великодержавные позиции Германии, но и существенным образом ущемляли ее государственный суверенитет. «Демократизация» проигравших войну стран, ставшая условием заключения с ними перемирия, а затем и мирных договоров, «впервые открыто поставила под сомнение принцип государственного суверенитета, позволяя навязать побеждённым новую политическую систему извне». [7]. Попытки создать в Европе прочный политический порядок не увенчались успехом. Значительная группа европейских государств, в числе которых оказались две крупнейшие континентальные державы — Германия и Советская Россия, а также принадлежавшая к лагерю победителей Италия, была недовольна послевоенным урегулированием, поставив цель своей внешней политики борьбу за его пересмотр, через экспансию.

Характерной чертой Версальской системы, стала коммунистическая угроза, ввиду нового вызова для Европейских держав. Завершившаяся революция в России, утвердила идеологию Большевиизма и взяла курс на мировую пролетарскую революцию. Страны Европы были столь сильно сконцентрированы на идеологической борьбе с Коминтерном, не заметив под носом сгусток расцветающего фашизма, который, как им казалось, они могут контролировать. В соответствии с прогнозом классиков марксизма, революция предполагалась вспыхнуть сначала в наиболее передовых странах Европы, которые были наилучшим образом подготовлены к этому событию, а затем распространить свое воздействие на другие государства мира, отстающие в развитии. «Мы начинали наше дело исключительно в расчете на мировую революцию... Все наши надежды на окончательную победу социализма основаны на этой уверенности и на этом научном предвидении». [9].

В своих мемуарах министр иностранных дел Великобритании Эдуард Грей писал: «По всей Европе гаснут огни. Наверное, мы никогда не увидим, чтобы они зажглись снова». Идеология либерализма потерпела крах в политической и социальной модели государства, общество нуждалось в новой революционной идее для «потерянного поколения», чем и стал фашизм. Идеологию фашизма в послевоенное время активно поддерживали государственные представители консервативного движения, пока не усмотрели в нем революционность и этатизм. «Рассматривая его как одно из проявлений всеобщего кризиса империализма, в Москве видели в фашизме силу, подрывающую империалистическую систему изнутри и тем самым способствующую ослаблению давления западных держав на Советский Союз». [1, С.106]. Принимая во внимание непримиримое идейно-политическое противостояние Европы с коммунизмом, она долгое время не придавала должного значения влиянию фашизма на массовое сознание. Социал-демократы фактически ста-

вили знак равенства между фашизмом и коммунизмом, перечеркивая тем самым самую возможность объединения левых сил на антифашистской основе. IV Конгресс Социалистического рабочего интернационала, проходивший в июле—августе 1931 г., уже в условиях превращения партии Гитлера во влиятельную политическую силу Германии, продолжал настаивать на теории «двух врагов» демократии. Лидеры западных держав, надеялись использовать эту «третью силу» в борьбе со своими главными противниками — СССР и Коминтерном. «Советская Россия, объединенная с Советской Германией, — мечтал Троцкий, — оказалась бы сразу сильнее всех капиталистических государств, вместе взятых». [1, с. 37]. В свою очередь представители фашистской и коммунистической идеологии, сделали ставку на критику двойной морали либералов и несоблюдении провозглашаемых правовых и идейно-политических принципов. Содержание международных отношений определялось, «с одной стороны, содержанием внутренней политики взаимодействующих на мировой арене государств, а с другой — классовой борьбой между капитализмом и социализмом», в обще планетарном масштабе. [11, с. 134].

Установление фашистских диктатур было обозначено отсутствием единого демократического фронта в стране и отсутствия массовой борьбы держав Европы против наступления фашизма, если бы силы международной демократии были не разобщены и организованы, германский империализм не воплотил себя в столь зверской манере. Сосредоточить по своему усмотрению идеологию Германии деятели международной системы были не в силах. Гитлер через политику умиротворения, расширил свои полномочия, разрушив оковы Версальского договора. Мюнхенский сговор захлопнул диктаторский режим Гитлера, получив благоприятную базу для развязывания будущей войны. По меткому замечанию Черчилля, в Мюнхене бывшие гаранты Версаля «должны были выбирать между войной и позором... Они выбрали позор, чтобы затем получить войну». [10].

Версальский договор, идущий вразрез с провозглашенными победителями демократическими принципами мирного урегулирования, в массовом сознании немцев стал символом глубокой несправедливости и национального унижения, питавшим радикально-националистические и реваншистские настроения в обществе. Положения Италии и Германии усугублялось с каждым годом, что создало почву для развития популистских лозунгов под эгидой фашистской идеологии. При создании новой политической системы, страны победительницы не пошли путем восстановления континентального равновесия. Они навязали силой побежденным государствам пять мирных договоров, которые носили ярко выраженный репрессивный характер. С целью закрепить франко-британское преобладание в Европе. Отсутствие систем равновесия и баланса, двойная политика в отношении колоний; политика умиротворения агрессора и отсутствие единого демократического фронта в борьбе с коммунизмом привело ко второй волне «фашистских» диктатур во главе с Бенито Муссолини и Адольфом Гитлером.

Главный изъян Версальской системы — неравновесность и двойственность. Если венская система МО и ее вытекающие факторы зародили тенденции диктаторских режимов XIX века, то Версальская система стала взрывным толчком к установлению двух самых жестоких тоталитарных режимов в Европе XX века.

Разгром фашистских режимов Итальянского и Германского империализма стали сильным ударом по международной империалистической реакции. Обострение борьбы между трудом и капиталом, усиление национально освободительных движений в колониальных и зависимых странах, настойчивая борьба за демократический и справедливый мир активизировали сильнейшую реакцию. Стремление стран обрести свою национальную и идеологическую свободу, порождает новый виток диктатур – Социалистические и Декolonизированные.

Потсдамская СМО – стала первой глобальной системой международных отношений. Она характеризовалась ростом взаимосвязи стран и их регионов; создало наднациональный орган власти; Европа утратила ведущую роль в мировой политике. Теперь в условиях послевоенного мира центрами экономического, политического и идеологического влияния стали США и СССР. «После разгрома Японии только США и СССР останутся первоклассными военными державами, что объясняется сочетанием географического положения и огромного военного потенциала». [13, с. 11]. Они являлись гарантами новой системы международных отношений. Разделение мира на демократический и социалистический лагерь, повлекло за собой ряд последствий в виде холодной войны и социалистических диктатур в ряде европейских стран, примкнувших к социализму.

Созданный на обломках мировых войн – третий мир поставил Европу перед идеологическим выбором. Советский Союз вступает в послевоенный мир в роли основного победителя нацизма, что вызывало в мировой политике череду признаний и заслуг Советской России за вклад в мировое будущее. И. В. Сталин максимально использовал военно-политическую обстановку для достижения выгодных для него договоренностей и расширения сфер влияния СССР. В ряде стран Восточной и Юго-Восточной Европы коммунисты или сформировали правительства, или играли в них ведущую роль. Возникшая система - народной демократии рассматривалась, как одна из форм пролетарской диктатуры. «Для координации деятельности компартий в странах народной демократии в 1947 г. было создано Коммунистическое Информационное бюро (Коминформбюро). В его документах окончательно сформулирован тезис о разделении мира на два противоборствующих лагеря – капиталистический и социалистический». [14, с. 31].

Блоковая система сформировала протектораты советских стран – Румыния, Польша, ГДР, Чехословакия, Югославия, Албания, Болгария. Установление глобальной биполярной межгосударственной системы или же блоковой система характеризовалась ограниченным суверенитетом стран-сателлитов. Это не способствовало послевоенным странам Европы в приобретении собственных институтов власти. Они теряли контроль над своей внешней и военной политикой и должны были копировать политические, экономические и военные системы стран-лидеров, публично изъявляя приверженность их идеологии. Зародилась диктатура лишь в нескольких государствах. Румынии, Албании; Югославии и Чехословакии. Ослабленные, поверженные страны с незрелыми институтами власти, пытались выстроить новую государственную структуру. Приняв помощь стран Варшавского договора, они определили направление своей политики, переняв ее у СССР. Данные европейские страны приобрели социалистическую идеологию, отринув нормы демократи-

ческого права. «Советская власть, т. е. диктатура пролетариата, напротив, построена так, чтобы сблизить массы трудящихся с аппаратом управления. Той же цели служит соединение законодательной и исполнительной власти при советской организации государства и замена территориальных избирательных округов производственными единицами, каковы: завод, фабрика». [15, с. 499-500 Ленин].

Год Африки и крах колониальной системы: Уже в первый год холодной войны началось стремительное крушение колониальной системы и формирование принципиально новой политической ситуации. Возник Третий мир, который требовал суверенитета свободы, не придерживаясь при этом двух мировых полюсов (Демократии и Коммунизма). Третий мир в блоковой системе стал местом игровой конкуренции в спонсировании многочисленных вооружённых конфликтов без особого риска их эскалации. В декабре 1960 г. Генеральная Ассамблея ООН приняла Декларацию о предоставлении независимости колониальным странам и народам. Данный документ дал всем колониальным странам полную независимость территорий и свободы в строительстве собственного государства.

Суверенные права многих новообразованных государств оказались ограничены действиями преследовавших свои интересы сверхдержав, ограничив при этом создание собственных институтов власти, находясь полностью под контролем экономического интереса двух держав. Одновременно изменились и методы экономического контроля бывших колоний. Осуществился механизм Бреттон Вудской системы: обмен и вынесение низкодоходных и экологически грязных производств в развивающиеся страны. Результатом данного подхода стало дальнейшее усиление разрыва между странами Первого и Третьего мира и формирование экономической, финансовой и технологической зависимости последнего неразрывно тянущего за собой авторитарные режимы. Бывшие колониальные государства стали самостоятельными акторами международной системы, но получили политические права и свободы под эгидой эксплуатации стран Первого мира.

В результате международная система до начала характеризовалась наличием двух главных «конфликтных осей, разделяющих, с одной стороны, Запад и Восток (идеологическое, политическое, военно-стратегическое противоборство), а с другой — Север и Юг» (т.е. экономически отсталые и экономически развитые страны). [11, с. 178].

Получение колониальными странами политической независимости не решало всего многообразия проблем. Отсталость, нищета, отсутствие кадров, низкий уровень образования; племенная рознь — все эти проблемы обрушились на молодые независимые государства, резко контрастируя с надеждами на лучшую жизнь после ухода колонизаторов. К тому же ресурсы и природные богатства новых государств, стали объектом борьбы между старыми и новыми колонизаторами. Процессы отставания стран третьего мира привели к установлению 10 деколонизированных диктатур. (ЦАР; Ангола; Гвинея; Чад; Заире; Конго; Эфиопии; Уганде; Зибабве (2017); Судан (2019 год).

Кризис колоний выявил опасность внутренних авторитарных режимов в молодых независимых государствах. Почва для этих диктатур была подготовлена: экономические и политические проблемы, межплеменная рознь, слабость нового аппарата управления. «Прежние колониальные метрополии

использовали самые различные рычаги для сохранения своего влияния в бывших владениях». [13, с. 117]. Деколонизированные диктатуры включались в качестве периферии объекта в биполярное противостояние Ялтинско-Потсдамской системы.

В процессах Венской системы прослеживаются тенденции к созданию будущих «двадцатых диктатур», начинавшиеся с национального осмысления народов Европы. Новые варианты национализма (иногда с демократическим привкусом, иногда откровенно враждебные к либеральной демократии) стали источником внутренних кризисов в империях, власти которых, в свою очередь, пытались упрочить свой авторитет посредством решительных демонстраций силы. Нежелание стран принимать либерализацию масс привело к укреплению революционных настроений в обществе и отрицанию принципа легитимизма. Данные события в ряде стран (России, Португалии, Испании, Германии, Австро-Венгрии) дадут небывалый всплеск радикальных настроений. Усиление радикализма также стало принципом легитимизма, который пренебрегал интересами наций, что обостряло противоречия между консерваторами и либералами. Отказ либеральных партий от легитимизма означал политику, основанную на выгоде и реальных интересах. Отчего последовал колониальный кризис. Европейский концерн предполагал мирное урегулирование конфликтов, но колониальные аппетиты стран стирали границы переговоров, создавая тайные союзы, что обусловило развертывание кризиса МО в рамках Первой мировой войны. Война перекроила облик Европы в глобальном масштабе. Привычные территориальные границы были стерты с лица земли, а бывшие Великие империи пали. На их месте появляется первая волна Империалистических диктатур. Последующий кризис, разрешенный в Версальской системе, не оправдал себя, а лишь глубже закопал в землю. Принцип коллективной безопасности должен был создать новый мировой порядок, имея механизм предотвращения войны. Но неравномерность системы, выражавшаяся в двойном суверенитете по отношению к колониям стран Тройственного союза, стала препятствием на пути к выстраиванию глобального миропорядка. В сложившихся условиях быстро восстановить ресурсную базу с помощью повторного ограбления колоний не представлялось возможным. Поэтому правительства победивших держав прибегли к попытке компенсации издержек за счет побежденных народов.

При этом усиливалась репрессивность и глубина экономического и социально-политического кризиса в двух странах Европы. Непримируемая борьба с Коминтерном, из-за страха российской коммунистической угрозы, позволила политическим партиям и лидерам государств поддерживать радикальные идеи, зарождающиеся среди общества вдов и фронтовиков. Фашизм стал для масс новой опьяняющей надеждой, он сможет вернуть былое величие Римской империи для Италии и создать Третий рейх для Германии. Массы были готовы на все ради элементарных гарантий выживания. Традиционные элиты всякий раз запаздывали с решением проблем и уступали место диктатурам с расширенными полномочиями. Проблемы Версальской системы создали две самых жестоких диктатуры в мире под новыми идеологическими принципами фашизма и его разновидностью национал-социализма.

Потсдамская СМО – стала первой глобальной системой международных отношений, создав в мире блоковую систему стран. Обострение борьбы между

трудом и капиталом, усиление национально освободительных движений в колониальных и зависимых странах, настойчивая борьба за демократический и справедливый мир активизировали сильнейшую реакцию, породив Социалистическую и Деколонизованную диктатуры. Блоковая система заставила примкнуть развивающиеся страны, которые присоединились к одному из центров мировой силы. Страны же получившие недавнее освобождение от колониального гнета, не имели самостоятельных попыток в управлении своим государством. Поэтому правительства новых держав прибегли к попытке компенсации издержек за счет технического разрыва. Усиление диспропорции между центрами и периферией неразрывно тянет за собой авторитарные режимы. Бывшие колониальные государства обрели самостоятельность, лишь под эгидой эксплуатации стран Первого мира. Экономическая отсталость, слабый государственный аппарат, нищета, низкий уровень образования, племенная рознь — проблемы обрушились на молодые независимые государства. Решение данных проблем возлагалось на систему наднациональных органов и развитых государств, но желание разбогатеть через природные богатства бывших колоний превалировало над поставленными задачами.

Система международных отношений является ключевым фактором для регулирования взаимоотношений между акторами. Но государства всегда диктуют собственную политику, руководствуясь личными интересами и выгодами, отчего поведение участников становится непредсказуемым. Сложность выстраивания международных систем отношений в различные кризисные эпохи упрочняет их созависимость с государствами, тем самым система поддерживает и зарождает политические режимы государств. «Международные отношения, постоянно изменяясь под воздействием мировой политики, в свою очередь, влияют на ее содержание и характер» Владимир Лукин.

Список использованных источников:

1. История международных отношений. Межвоенный период и Вторая мировая война // М.: МГИМО, 2017. – 496 с.
2. Hans Kohn. Nationalism: Its Meaning and History, 1955.
3. Миллюков П. Н. Вооруженный мир и ограничение вооружений // СПб. –1911. – 82 с.
4. Хобсбаум Э. Век империи: 1875–1914 // Ростов-на-Дону, 1999. – 224 с.
5. Хлевнюк О. В. Хозяин. Сталин и утверждение сталинской диктатуры // М., 2010. – С. 72-73.
6. Gímez Navarro, J.L. El regimen de Primo de Rivera // Madrid, 1991. – P. 234.
7. Ганс Моргентгау Политика среди народов Борьба за власть и мир // coollib.com [сайт]. URL: <https://coollib.com/b/664050-gans-morgentau-politika-sredi-narodov-borba-za-vlast-i-mir/read> (дата обращения: 12.10.2023).
8. Коробков А. В. Политические катаклизмы начала века и будущее системы международных отношений // Вестник МГИМО. – 2015. – №6. – С. 23-29.
9. Ленин, В. И. Полное собрание сочинений // М.: Политиздат, 1974. – Т. 35. Октябрь 1917 – март 1918. – С. 243-252.
10. The Munich Crisis, 1938. Prelude to World War II // L.: Portland, OR: Frank Cass, 1999.
11. Цыганков П.А. Теория международных отношений // М.: Гардарики, 2003. – 590 с.

12. Арон 1963 – Aron R. *Industrial Society and the Political Dialogues of the West* // *World Technology and Human Destiny* // University of Michigan Press, 1963.

13. История международных отношений. Т. III: Ялтинско-Потсдамская система // М.: МГИМО, 2017. – 552 с.

14. В. И. Ленин. Сочинения. 5-е изд. – Т. 37. – С. 499-500.

15. Еремин А.Г. Участие СССР в переделе сфер влияния в период формирования биполярной системы международных отношений (1945-1964 гг.) // *Историческая и социально-образовательная мысль*. – 2012. – № 1 (11).

THE INFLUENCE OF THE CFR ON THE FORMATION OF DICTATORIAL REGIMES OF THE XX CENTURY

M. Safronova, A. Tsygonyaeva

The system of international relations is a key factor for the formation of modern national-sovereign states and the regulation of relations between actors. The beginning of the XX century was the beginning of an unprecedented crisis in international relations. The world refused to act within the previous framework of the system, because the previous one led to a colossal crisis and war, thereby provoking the establishment of European dictatorial regimes. Attempts to create new relations at the beginning of the XX century turned out to be only the genesis of dictatorships on a global scale. The article attempts to: consider the main characteristics of the systems of international relations as the main factor in the formation of 4 waves of dictatorial regimes of the XX century.

Keywords: dictatorship; system of international relations; great powers; peace; crisis; order.

Сведения об авторах

САФРОНОВА Мария Михайловна – студентка 4 курса кафедры истории и регионоведения, Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича, (г. Санкт-Петербург, Россия), mashulya34555@gmail.com

ЦЫГОНЯЕВА Александра Юрьевна – кандидат философских наук, доцент кафедры истории и регионоведения, Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича, (г. Санкт-Петербург, Россия), cygonyaeva.au@sut.ru

УДК.94(47).083

ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ И СОСТОЯНИЕ ФРОНТОВЫХ РЕЗЕРВОВ РУССКОЙ ИМПЕРАТОРСКОЙ АРМИИ ВЕСНОЙ 1916 Г. НА ПРИМЕРЕ 199-ГО ПЕХОТНОГО КРОНШТАДТСКОГО ПОЛКА

В. О. Терентьев

Настоящая работа представляет результат изучения деятельности войсковых резервов (транспортировка, размещение, состояние, подготовка, отдых, снабжение, применение) на примере 199-го пехотного Кронштадтского полка. Выбор первой половины 1916 гг. обусловлен наиболее активным формированием войсковых резервов в условиях относительного спокойствия на фронте и подготовки крупных фронтовых операций в этот период. Статья опирается на оригинальные архивные источники, впервые вводимые в научный оборот.

Ключевые слова: Первая мировая война, Великая война, Русская императорская армия, РИА, 199-й полк, Кронштадтский полк, резерв, Лифляндская губерния.

Первая мировая война, как наименее изученный пласт истории XX в., представляет огромный простор для исследований ее политической, военной, экономической и других сторон. Несмотря на растущее количество публикаций и общественный интерес, многие ее аспекты остаются малоизвестными или неизвестными вообще. Одной из нераскрытых проблем Великой войны является деятельность войсковых (нестратегических) резервов стран участников. Вопросы транспортировки, размещения, состояния, подготовки, отдыха, снабжения, применения войск, состоящих в резерве, рассматривались, в основном, косвенно и бессистемно. Настоящая работа представляет результаты целенаправленного изучения данных вопросов на примере одной из обычных пехотных частей Русской императорской армии – 199-го пехотного Кронштадтского полка. Уровень воинской части представляется наиболее оптимальным для исследования, поскольку уровень соединений и объединений показывает директивную сторону, не затрагивая фактическую реализацию отданных приказов и распоряжений, а уровень подразделений слишком субъективен в исполнении и не отражает целевые установки вышестоящего командования. Выбор первой половины 1916 гг. обусловлен наиболее активным формированием войсковых резервов в условиях относительного спокойствия на фронте и подготовки крупных фронтовых операций. В период мобильной войны 1914–1915 гг. войсковые резервы формировались за счет войск, прибывающих из глубины страны. В период Великого отступления 1915 г. резервы практически отсутствовали, под ними понимали те части и соединения, которые отходя в тыл, занимали указанный рубеж, где после прохождения остальных войск, вступали в бой с врагом с целью удержания рубежа. Накопление и использование резервов при подготовке и в ходе Брусиловского прорыва – особый случай, требующий отдельного изучения. Состояние и деятельность резервов в 1917 г. находится ближе к теме революционного движения на фронте. Исходя из вышесказанного, можно отметить, что

формирование войсковых резервов для фронтовых и армейских операций, отвечающих довоенным представлениям, происходило на русском фронте Первой мировой войны только зимой 1915 – весной 1916 гг. с началом образования позиционной войны.

199-й пехотный Кронштадтский полк представлял собой обычную пехотную часть Петроградского военного округа. Он был сформирован в 1910 г. в Кронштадте, где и квартировал до начала войны. В сентябре 1914 г. полк был переброшен в Польшу, где участвовал в Варшавско-Ивангородской операции, Лодзинском сражении, защищал Варшаву. Летом 1915 г. по распоряжению Ставки с боями отошел Белоруссию. Здесь кронштадтцы участвовали в ожесточенных боях на р. Свислочь, у Волковыска и под Новогрудком [9]. В бою за Стрелики 199-й полк сыграл главную роль, фактически остановив наступление врага и стабилизировав линию фронта [10]. Несмотря на потери, к концу 1915 г. он восстановил свою численность. За время боев на территории Белоруссии в полку значительно выросло число мобилизованных солдат и офицеров белорусского происхождения [12]. С 20 января по 24 февраля 1916 г. в условиях устоявшейся позиционной войны кронштадтцы были выведены в резерв Западного фронта [1 Л.5-9]. За время нахождения в резерве численность полка была почти полностью восстановлена [5 Л.326-327].

С конца 1915 г. возрос интерес германской разведки к Балтийскому побережью. В противоборство с ней вступили органы российской контрразведки [8]. 16 февраля 1916 г. командовать Кронштадтским полком был назначен специалист по разведке и контрразведке, начальник разведывательного отделения Северного фронта полковник П. Ф. Рябиков [11; 14]. Он с первых дней своего прибытия окружил себя технически грамотными офицерами. При его штабе главную роль стали играть артиллеристы, связисты, разведчики, саперы, пулеметчики. Были развернуты инженерное обучение и техническая подготовка [13]. С прибытием нового командира количество тренировок и учений резко возросло. На станции Столбцы, где с 24 февраля полк находился в ожидании отправки, было проведено несколько учений.

25–26 февраля были проведены двусторонние маневры полка по теме «встречного боя» и обучению разведчиков [6 Л.2-4].

27 февраля 1916 г. полк должен был убыть по железной дороге на станцию Рамоцкое (Иерики), имея задачей перейти в район Крейцбурга (Крустпилс) для участия в боях [1 Л.6-9]. Однако в связи с изменением обстановки на фронте Главнокомандующий Северным фронтом приказал перевести 5-й Сибирский корпус в Лифляндскую губернию, на р. Огер [3 Л.36]

Полк передвигался на поезде Столбцы – Минск – Полоцк – Двинск – Валк в составе пяти эшелонов: четыре батальонных и штаб с обозом. 28 февраля был отправлен эшелон 1-го батальона, а 29 февраля – остальные. 5 марта кронштадтцы выгрузились на станции Рамоцкое и в условиях весенней распутицы совершили марш к месту дислокации [6 Л.4-5].

6 марта полк в составе корпуса поступил в резерв Северного фронта и совершил марш к месту дислокации в районе Церковь Линден (Лиепини, Лиепкалнс). К вечеру подразделения разместились по квартирам. Штаб полка разместился во Дворе Дубарис, где установил связь со штабом дивизии. В течение трех дней шло обустройство полка, отдых и расчистка дорог [1 Л.6-9; 6 Л.5].

10–11 марта в районе Иггауен – Дубарис – Дуцен полк провел учебные маневры, приближенные к боевым условиям – с использованием походного и боевого передвижения рот, проведения разведки, всего комплекса связи и управления войсками. По завершении маневров личный состав три дня отдыхал. Роты, не выполнившие задачу во время маневров, проводили дополнительное маневрирование и учения сторожевому охранению [6 Л.6-8].

16 марта полковник Рябиков провел новый маневр по действию авангардов в районе дислокации [6 Л.8]. Интересно, что несмотря на слякоть и раскисшие поля и дороги, личный состав полка находился в приподнятом настроении.

17 марта на основании нового приказа 50-я дивизия вошла в состав 6-й армии и получила задачу по обороне побережья Рижского залива. 18 марта штабом полка был получен приказ о выступлении. В 7.00 20 марта полк выступил на Руйен (Руийена). Батальоны, команды и обоз 1-го разряда – выдвинулись пешим порядком, обоз 2-го разряда – по железной дороге. 28 марта 199-й Кронштадтский полк торжественным маршем перед начальником и штабом 50-й дивизии прошел Руйен [6 Л.8-9].

27 марта 1916 г. штабом Северного фронта был сделан расчет на переброску 5-го Сибирского корпуса к Риге в случае необходимости [4 Л.60]. 28 марта 1916 г. командующий 6-й армией на основании Директивы главнокомандующего фронтом выделил 5-й Сибирский корпус на оборону Рижского побережья. Корпусу дополнительно в оперативное подчинение передавались пехотная, конная, казачья дивизии и конная бригада. Штатным частям корпуса ставилась задача по обороне 50-километрового участка Рижского залива от Гутмансбаха (Хяэдемеэсте) до Ней-Залиса (Светцеимс).

Среди задач корпуса значились:

- организация занятий по определению расстояния на воде;
- обеспечение скрытности и маскировки;
- совершенствование линии обороны;
- создание антидесантной полосы;
- создание ложных позиций;
- подготовка позиций и путей выдвижения резервов;
- ознакомление офицеров с местностью [2 Л.29-31].

В 16.00 29.3 199-й Кронштадтский полк прибыл в район мызы Иппик на место дислокации. Штаб полка разместился в мызе, подразделения были расквартированы разбросанно по редким населенным пунктам, по домам, ригам [1 Л.6-9; 6 Л.9-10]. В течение двух дней солдаты отдыхали и приводили себя в порядок. Офицерами полка отмечалось, что латышское население относится к русским войскам благожелательно.

С 1 по 9 апреля в части шли декоративные приготовления к празднованию Пасхи, соревнования по обустройству и украшенности между подразделениями. В православную церковь был обращен зал волостного правления, куда солдаты по 250 человек ежедневно ходили на говение. 10–12 апреля шло празднование Пасхи с торжественными службами, фейерверками, гуляньями, играми и «безудержным чревоугодием» [6 Л.10-11].

14 апреля состоялся смотр полка начальником дивизии и награждения Георгиевскими крестами, а также игры, состязания и солдатский спектакль [6 Л.11-12]

С 15 по 20 апреля в полку шли занятия с упором на тактику мелких подразделений. Была возведена укрепленная полоса с несколькими рядами проволочных заграждений для учений по ее штурму с использованием гранат. Одновременно проводилась командирская подготовка младших офицеров по обучению управления ротами, батальонами, отрядами [1 Л.6-9; 6 Л.11-13]. В ночь с 20 на 21 апреля полковник Рябиков устроил внезапный ночной маневр по развертыванию сторожевого охранения из походных колонн.

23 апреля состоялся смотр 50-й дивизии Главкомандующим Северным фронтом генерал-адъютантом Куропаткиным по принципу мирного времени и постановка задач по строительству обороны, которые на следующий день были доведены до офицеров. До 30 апреля в полку шли занятия и устройство оборонительных позиций [6 Л.13-14].

1 мая поступил приказ о возвращении дивизии в резерв фронта. Полк совершил пеший марш через Вольмар, Венден, Нитау, и 6 мая разместился в районе Шлосс-Шуен (Скуйене). Штаб полка дислоцирован в Варне [1 Л.6-9; 7 Л.1].

После короткого отдыха, с 9 по 20 мая в ротах и командах возобновились учебные занятия. А 12 мая командир полка устроил двусторонний маневр на наступление [7 Л.1].

20 мая полк был поднят по тревоге и маршем перешел на станцию Лигат (Лигатне), где через сутки погрузился в эшелоны и убыл «в неизвестном направлении» [7 Л.2]. 20–30 мая 1916 г. в обстановке повышенной секретности состоялась переброска 5-го Сибирского корпуса по железной дороге в район Ровно, в состав 8-й армии Юго-Западного фронта [1 Л.6-9]. В дальнейшем 199-й пехотный Кронштадтский полк принимал активное участие в Брусиловском прорыве.

На примере 199-го полка и 50-й пехотной дивизии можно сделать ряд выводов по деятельности и состоянию фронтовых резервов Русской Императорской Армии весной 1916 г.

Стратегические перемещения резервных частей и подразделений осуществлялись железнодорожным транспортом, несмотря на загруженность коммуникаций, а оперативные – пешим порядком [4 Л.60; 6 Л.4-9; 7 Л.1]. Сохранение секретности перевозок на уровне соединений и частей обеспечивалось достаточно надежно.

Размещение резервных войск осуществлялось квартирным порядком – по населенным пунктам. При этом необходимо отметить лояльность и доброжелательность латышского населения, которое через год-полтора поддержит националистов и прогерманских политиков [6 Л.4-10].

Состояние командного и рядового состава резервных частей было приподнятое, несмотря на тяготы и лишения, вызванные длительными переходами, распутицей, перманентными тренировками и инженерными работами. С учетом доукомплектования 199-й полк в резерве представлял собой полноценную боевую единицу, способную к выполнению задач и по обороне победе, и по участию во фронтовых операциях [5 Л.326-327; 6 Л.8]. Революционного брожения, типичного для 1917 г., в резервных частях не выявлено.

Боевая подготовка в боевых частях, выведенных в резерв фронта или армии, проводилась на высоком профессиональном уровне, с применением новых теоретических разработок, практического опыта, и разумной инициативы. Большая роль уделялась подготовке младших командиров к управле-

нию сводными отрядами и группами. Отмечалась особая роль разведки и технических подразделений [6 Л.2-4,6-8,12-13; 7 Л.1].

Одновременно с интенсивной боевой подготовкой обеспечивался и пассивный отдых личного состава. Для подъема духа и стабилизации психологического состояния особо выделяются широкое празднование церковных праздников (Пасхи) и торжественные вручения наград.

Снабжение войск резерва производилось на уровне с боевыми частями. Ограничений в питании и обмундировании в этот период не обнаружено. Использование местных ресурсов, за исключением водных, не производилось. В период празднования Пасхи личный состав снабжался по избыточному принципу, существовало понятие «праздничной кухни», а также внепорционное столование [6 Л.10-12].

Применение войск, находящихся в резерве, носило ограниченный характер. Использование прибывающих резервов для наступления Северного фронта было отвергнуто Ставкой. В свою очередь оборона побережья Рижского залива, осуществлялась бессистемно. Ни одно из требований штаба фронта, несмотря на длительное пребывание войск, выполнено не было. Сам план обороны представляется поверхностным и недоработанным. Командование фронтом, несмотря на полтора года войны, не избавилось от плац-парадных и торжественных требований к полевым войскам [1 Л.6-9; 2 Л.29-31; 3 Л.36; 6 Л.9].

Исходя из проведенного анализа можно сделать вывод о достаточно высоком уровне подготовки и состояния фронтовых резервов весной 1916 г., что, вероятно, стало одной из причин успешности операций лета-осени 1916 г. Однако, в этом периоде чувствуется нарастание разрыва между штабами объединений, соединений и частей, при котором значительный вал распоряжений, приказов и наставлений фронтов и армий не выполняется полками и дивизиями, а высокопоставленный командный состав не верит в победу и не требует выполнения своих указаний.

Список использованных источников:

1. Государственный архив Российской Федерации (ГАРФ). Ф.Р-5793. Оп.1. Д.2.
2. Российский государственный военно-исторический архив (РГВИА). Ф.353. Оп.2. Д.2.
3. РГВИА. Ф.2031. Оп.1. Д.78.
4. РГВИА. Ф.2031. Оп.1. Д.81.
5. РГВИА. Ф.2031. Оп.1. Д.210. Ч.1.
6. РГВИА. Ф.2813. Оп.1. Д.68.
7. РГВИА. Ф.2813. Оп.1. Д.69.
8. Зверев В. О., Тюфяков Н.А. Выявление преступных действий немецкой агентуры в Риге. 1915–1916 гг. (по документам контрразведки штаба Северного фронта) // Вестник Краснодарского университета МВД России. – 2022. – №1(55). – С.88-93.
9. Терентьев В. О. 199-й пехотный Кронштадтский полк в боях на белорусской земле (1915 г.) // Беларусь в пламени Первой мировой войны: Сб. научных статей. (Минск, 25–26 октября 2018 года). Минск: Издательский дом «Белорусская наука», 2022. – С.42-48.
10. Терентьев В. О. 199-й пехотный Кронштадтский полк. Последний бой «Великого отступления». Деревня Стрельники, 11–13 сентября 1915 года // «Долгий XIX век» в истории Беларуси и Восточной Европы: исследования по Новой и Новейшей истории: сб. науч. тр. Вып. 2. Минск: РИВШ, 2019. – С.228-232.

11. Терентьев В. О. Командиры 199-го пехотного Кронштадтского полка – выпускники Николаевской академии Генерального штаба // Николаевская академия Генерального штаба (1832–1918). Сб. СПб.: Дмитрий Буланин. – 2018. – С.207-217.

12. Терентьев В. О. Многонациональность Русской императорской армии на примере офицерского состава 199-го пехотного Кронштадтского полка // Вестник факультета социальных цифровых технологий СПбГУТ им. проф. М. А. Бонч-Бруевича. СПб.: СПбГУТ. – 2022. – С.262-267.

13. Терентьев В. О. Связисты Первой мировой войны (на примере команды связи 199-го пехотного Кронштадтского полка) // Вестник факультета социальных цифровых технологий СПбГУТ им. проф. М. А. Бонч-Бруевича. СПб.: СПбГУТ. – 2021. – С.184-189.

14. Терентьев В. О. Судьба генерал-майора Павла Федоровича Рябикова и его вклад в осмысление Первой мировой войны // Русское Зарубежье. XX век. Мировые войны: Слепухинские чтения – 2018: труды Международной научной конференции СПб.: Фонд Слепухина: Ладога. – 2020. – С.79-93.

ACTIVITY AND CONDITION OF THE FRONT RESERVE FORMATION OF THE IMPERIAL RUSSIAN ARMY IN SPRING 1916: THE CASE OF THE 199th INFANTRY KRONSTADT REGIMENT

V. Terentev

This paper gives an account of the study of the activities of the Imperial Russian Army military reserves (transportation, placement, condition, training, rest, supply, use) on the example of the 199th Infantry Kronstadt Regiment. In the first half of 1916, in condition of relative tranquility at the front and the preparation of major front operations, the formation of military reserves was very intensive. The article is based on original documents from Russian archives, and many of them are introduced to modern historical scholarship for the first time.

Keywords: World War I, Great War, Imperial Russian Army, RIA, 199th regiment, Kronstadt Regiment, reserve, Governorate of Livonia

Сведения об авторе

ТЕРЕНТЬЕВ Вячеслав Олегович – кандидат исторических наук, доцент кафедры Отечественной истории, политологии и социологии, заведующий историко-просветительским комплексом по истории развития внутреннего водного транспорта и университета, Государственный университет морского и речного флота им. адмирала С. О. Макарова, (г. Санкт-Петербург, Россия), terehv@mail.ru

УДК 94 (471.66):321.019.5

ЗАВЕРШЕНИЕ ВОЕННЫХ ДЕЙСТВИЙ В ЧЕЧЕНСКОЙ РЕСПУБЛИКЕ ЛЕТОМ 1996 ГОДА В ОЦЕНКАХ РОССИЙСКОЙ ЛЕВОЙ ПЕЧАТИ

Д. В. Тумаков

В статье идёт речь об освещении завершающего этапа военных действий в Чечне в 1996 году со стороны российской левой печати. Анализу подвергнуты наиболее типичные газетные публикации тех лет, в сопоставлении с мемуарами крупнейших российских политиков и военных журналистов. Сделан вывод о том, что позиция российских коммунистов в чеченском вопросе была весьма жёсткой. Они выступали против диалога с сепаратистами и выступали за решительный разгром главных сил боевиков в Грозном, восстановление конституционного порядка и законности в Чечне, а также не критиковали армию, а считали её жертвой предательства политиков.

Ключевые слова: боевые действия, первая чеченская война, Коммунистическая партия Российской Федерации, периодическая печать, армия, сепаратисты.

Операция по восстановлению конституционной законности в Чеченской республике 1994-1996 гг., получившая неофициальное наименование «первой чеченской войны», вызвала неподдельный интерес в российском обществе. По этому вопросу высказывались диаметрально противоположные точки зрения. Позиция Президента РФ Б. Н. Ельцина, пытавшегося предстать в роли защитника законности и территориальной целостности страны и одновременно избавителя чеченского народа от нелегитимного, мафиозного режима генерала Д. М. Дудаева, изначально не пользовалась поддержкой народа [17, с.680]. Военная неудача федерального Центра в противостоянии с чеченскими сепаратистами лишь усилила эту тенденцию. В силу этого вызывает интерес точка зрения популярной в те годы Коммунистической партии Российской Федерации (КПРФ) на боевые действия лета 1996 года и Хасавюртовские соглашения, завершившие первую чеченскую кампанию. Важным источником для этого служат такие периодические издания, как «Правда», «Советская Россия» и особенно «Завтра».

Отметим, что после окончания президентских выборов 1996 года российские официальные лица оценивали обстановку в Чеченской республике крайне противоречиво. К примеру, в мемуарах Президента РФ Б. Н. Ельцина, изданных спустя четыре года после завершения первой чеченской кампании, содержалось утверждение о том, что «вся территория республики, включая её горную часть, была под контролем наших войск» [5, с. 71]. Похожую точку зрения в интервью прокоммунистическому изданию «Советская Россия» вскоре после фактического завершения военных действий на условиях сепаратистов высказал и глава Чеченской Республики Д. Г. Завгаев, заявивший, что к началу августа Грозный жил «уже почти нормальной жизнью» [7]. Гораздо более критичную оценку обстановки давал исполняющий обязанности командующего группировкой федеральных сил в Чечне генерал-лейтенант К. Б. Пуликовский, по данным которого под прочным контролем властей на-

ходились только 13 районов республики, ещё в 3-4 он был номинальным, а в горах поддерживался лишь с помощью военной силы [1, с. 224]. Однако и он фактически давал понять, что силовые структуры всё-таки удерживали под относительным контролем большую часть территории Чечни.

Оппозиционеры считали иначе. В середине 1996 года в столичной еженедельной газете «Завтра» вышел большой репортаж о положении дел в Чечне. Его авторы – капитан Российской армии запаса В. В. Шурыгин и военный журналист А. Ю. Бородай – оценивали ситуацию в мятежной республике как крайне негативную для федеральных сил. По их мнению, чеченские боевики регулярно получали новейшие образцы российского вооружения не только с территории Грузии или Азербайджана, но и из сопредельных республик Северного Кавказа. Речь, со слов корреспондентов, шла о современных образцах бронетехники, которыми федеральная группировка в Чечне располагала лишь в единичном количестве. Лишь в горных районах на юге республики сепаратисты располагали 3 танками, также практически в каждом селе имелись зенитные установки, а на западе Чечни – 5 БМП и БТР [22]. В статье также был упомянут факт перехвата сотрудниками МВД Дагестана на чеченской территории в июне того же года грузовика с гранатомётами и огнемётами РПО-А «Шмель». В то время как в лагере сепаратистов ощущался переизбыток новейшего оружия, в силу чего они якобы даже продавали излишки, российские «войска воюют на избитой, латанной-перелатанной, выходившей все ресурсы технике». Как столь же изношенное и потому неэффективное в реальном бою подавалось корреспондентами и стрелковое вооружение федеральных сил [22].

Столь явную изменение оперативной обстановки в Чечне в худшую сторону, по мнению журналистов «Завтра», стало возможно благодаря частым мораториям на применение военной силы против НВФ со стороны федеральных войск. Любые мирные договорённости с противником в 1995-1996 гг., как полагали авторы статьи, приводили к сдаче позиций и утрате боевого духа российских военнослужащих, поэтому после поездки в Чечню «предчувствие поражения (России – Авт.) становится всё сильнее и ощутимее» [22]. Весьма примечательно, что военное командование и официальные властные структуры схожим образом оценивали переговорный процесс с лидерами сепаратистов. Например, Государственная комиссия РФ по урегулированию кризиса в Чечне утверждала, что только за июнь и начало июля 1996 года боевики свыше 590 раз нарушали достигнутые договорённости о прекращении огня в республике [14]. Командующий федеральной группировкой генерал-лейтенант В. В. Тихомиров на пресс-конференции 8 июля добавил к этому две крупные диверсии на железных дорогах и 32 подрыва на автодорогах республики, организованные сепаратистами [18]. Спустя примерно неделю министр внутренних дел России генерал армии А. С. Куликов опубликовал в центральных масс-медиа информацию о гибели в результате нападений и диверсий противника 73 и ранении 380 российских военных [15]. При этом упомянутые авторы еженедельника «Завтра» не обвиняли в неудачах саму ОГВ, полагая, что «армию ... громят предатели от власти в далёком московском тылу», то есть высшее политическое руководство России [22].

Из другой статьи в том же издании читатели могли сделать вывод не только о прекрасном оснащении чеченских сепаратистов, но и узнать об их

активной пропагандистской деятельности даже в Грозном, а также открытой продаже оружия на Центральном рынке столицы республики. Из агитационных листовок, брошюр и видеокассет, свободно распространяемых боевиками, жители города получали не только призывы участвовать в священной войне, но и вполне конкретную практическую информацию о том, как подбить танк или стрелять из снайперской винтовки. О слабости признанных федеральным Центром властей Чечни свидетельствовали факты продажи запрещённых газет «Ичкерия» и «Джихад» напротив Дома правительства в Грозном, а также упоминаний о боевиках в чеченской официальной периодике в исключительно уважительном контексте. Так, все значимые полевые командиры именовались в данных СМИ по должностям и воинским званиям непризнанной Ичкерии, а сами формирования сепаратистов – «ополченцами» или «бойцами отрядов самообороны» [20]. Отметим, что аналогичные выводы можно было сделать и при чтении публикаций в тех СМИ, что в целом поддерживали курс Президента РФ Б. Н. Ельцина на рыночные реформы и демократизацию российского общества, но одновременно решительно осуждали военный способ решения чеченского кризиса [2].

Словно в подтверждение своих слов, В. В. Шурыгин и А. Ю. Бородай приводили в упомянутой выше статье подробный рассказ о засаде боевиков на армейскую колонну в предгорных районах республики летом 1996 года. Красноречиво описывался тяжёлый бой, в котором федеральные силы понесли большие потери в людях и технике в силу внезапности самого нападения и хорошей подготовки противника. Журналисты, в частности, писали о том, что «мощь фугаса была такой, что многотонная громада танка была в мгновение ока снесена с дороги, словно исполинская кегля» [22]. Прекрасно подходящее для диверсий на дорогах вооружение противника подчёркивала фраза «и тут ударили гранатомёты. Много гранатомётов. Стрелки были точны и безжалостны» [22]. Одновременно упоминание о гибели в этом бою юного чеченского гранатомётчика – «совсем мальчишки, подростка» - преследовало целью продемонстрировать читателям и подписчикам газеты «Завтра» массовую поддержку сепаратистов со стороны местного населения [22].

В то же время при описании хода военных действий июля 1996 года в горных районах Чечни российская левопатриотическая печать упоминала и о положительных изменениях в тактике федеральных сил. К примеру, тот же В. В. Шурыгин писал о попытках российских военных уничтожить главных лидеров сепаратистов. Разведчики ВДВ и спецназа ГРУ занимались активными поисками штабов и командных пунктов противника в горах, после чего наводили на выявленные цели авиацию. По утверждению военного журналиста, подобные действия армии приносили результат. Взрывом управляемой бомбы был ранен Ш. С. Басаев, также тяжёлое ранение при атаке с вертолёта получил исламский радикал из Саудовской Аравии Самир Салех ас-Сувейлем, более известный как амир Хаттаб, а начальник «Главного штаба Вооружённых Сил ЧРИ» А. А. Масхадов чудом остался жив. Общие потери боевиков превысили 200 человек лишь за неделю, свыше 40 из них были убиты в результате засады военных в Шатойском районе [21]. На страницах «Правды» в эти дни также регулярно выходили заметки о победах армии над сепаратистами, в которых мелькали фразы типа «оказавшиеся в нокдауне боевики» [10], «у сепаратистов практически не остаётся шансов

для организованного сопротивления» [11], а также утверждение, что лидеры непризнанной Ичкерии ставят в строй подростков из 14-15 и даже 12 лет [9; 20]. Исходя из последующего развития событий в Чечне, следует признать эту информацию заметным преувеличением.

Пресловутая Августовская/Летняя война 1996 года в Грозном также нашла отражение в публикациях оппозиционных масс-медиа. Бои в чеченской столице в этот период сравнивались с печально знаменитым «новогодним штурмом» 1995 года. Уже упоминавшиеся В. В. Шурыгин и А. Ю. Бородай писали, что активные столкновения происходят в Ленинском, Заводском и Октябрьском районах города, а также у площади Минутка, признавая факты утраты федеральными силами трёх вертолётов, около 300 бойцов убитыми и до 1500 ранеными, падения города Аргун, а также попадания части гарнизона Грозного в окружение и сильного противодействия чеченских боевиков всем попыткам армии пробиться к ним на помощь. Журналисты утверждали, что под непрерывным обстрелом снайперов находились даже главная база группировки федеральных сил в пригороде Грозного Ханкала и военный госпиталь в аэропорту Северный [23]. Вскоре после подписания секретарём Совета безопасности России (СБ) А. И. Лебедем и лидерами сепаратистов перемирия военный журналист А. Ю. Бородай констатировал, что безвозвратные и санитарные потери 205-й мотострелковой бригады МО РФ в боях за столицу Чечни составили 64 % личного состава [3]. Большой ущерб понесли и сепаратисты: так, 12 августа войсками была разгромлена автоколонна боевиков из Аргуна, шедших на помощь своим в столицу, однако в данном случае конкретных цифр потерь не приводилось [23].

Подписание в ночь на 31 августа 1996 года Хасавюртовских соглашений вызвало настоящий шквал критики в левопатриотической печати. Она явно стремилась доказать, что такой исход военных действий не соответствует истинному положению дел в Чечне. Например, передовица газеты «Завтра» утверждала, что многочисленные атаки чеченских сепаратистов в Грозном неизменно встречали упорное сопротивление российских военных, а министр внутренних дел РФ генерал армии А. С. Куликов даже удостоился от неё похвалы за то, что, занимая бескомпромиссную позицию в чеченском вопросе, «берёт честь русского офицера, защитил достоинство своей державы» [19]. Весьма символично, что позднее диктофонную запись выступления министра на заседании Государственной Думы РФ от 2 октября и полный текст его выступления на заседании Совета Федерации 8 октября 1996 года опубликовала уже газета «Советская Россия» [4; 13]. Уважительной оценки оппозиции удостоился и генерал-лейтенант К. Б. Пуликовский, который в случае реализации собственного ультиматума мог «разгромить раз и навсегда» главные силы боевиков. Тезис о возможных в таком случае многотысячных жертвах среди федеральных силовиков и гражданских лиц опровергался утверждением колумниста «Советской России» о том, что «на войне жертвуют и большим количеством солдат для достижения стратегического успеха» [8].

Напротив, секретарь СБ генерал-лейтенант в отставке А. И. Лебедь обвинялся левыми СМИ в фактической сдаче города боевикам и едва ли не в признании независимости мятежной кавказской республики. Согласно пафосному выражению издания «Завтра», политик являлся «кувалдой в руках антирусских сил, которой станут откалывать от России куски территории»

[12], то есть велась речь об угрозе полного исчезновения государства как такового. В «Советской России» звучали также похожие по смыслу обвинения в адрес не только непопулярного в левых кругах и среди населения в целом руководителя Администрации Президента РФ А. Б. Чубайса или других высокопоставленных чиновников, но и известной правозащитницы Е. Г. Боннэр, резко осуждавшей военный способ решения чеченского кризиса [6].

Таким образом, летом 1996 года именно печать КПРФ выступала в роли главного критика правительственной линии на компромисс в чеченском вопросе. Она резко осуждала любые уступки Центра, особенно заключение Хасавюртовских соглашений. Если официальные СМИ и позднее российские военачальники в мемуарах всячески пытались опровергнуть тезис о фиаско армии и сил МВД в ходе боевых действий в Грозном и в целом в кампании 1994-1996 гг. [17, с. 655-656, 660], то левая и патриотическая оппозиция превозносили мужество военных, но в то же время однозначно писали о поражении федеральных войск. Главной причиной неудачи, по мнению левой оппозиции, являлось предательство армии со стороны политического руководства России. Уважение со стороны печати КПРФ вызывали лишь те политические и военные деятели новой России, что пытались организовать вооружённое сопротивление боевикам. В свою очередь, коммунисты и их союзники явно пытались доказать российской общественности через СМИ, что решительный военный разгром сепаратистов в Чечне может быть достигнут только в том случае, если в стране сменится высшая власть.

Список использованных источников:

1. Асташкин Н. С. По волчьему следу. Хроники чеченских войн // М.: Вече, 2005. – 416 с.
2. Белых В. Салман Радуев жив, снова в Чечне и готовит очередную диверсию // Известия. – 1996. – 19 июля.
3. Бородай А. Чечня. Измена // Завтра. – 1996. - № 35.
4. Всё строилось на лжи и двусмысленности. Выступление министра внутренних дел А. С. Куликова в Госдуме 2.10. 1996 г. // Советская Россия. – 1996. – 5 октября.
5. Ельцин Б. Н. Президентский марафон: Размышления, воспоминания, впечатления / Б. Н. Ельцин. – М.: Вагриус, 2000. – 750 с.
6. Касьяненко Ж. Сдача. Ситуация в Грозном // Советская Россия. – 1996. – 10 августа.
7. Касьяненко Ж. Лишь бы и дальше летал, да не падал. Беседа с Доку Завгаевым // Советская Россия. – 1996. – 31 августа.
8. Ковалёв К. «Карфаген должен быть разрушен» // Советская Россия. – 1996. – 5 сентября.
9. Кожанов Н. «Раз – это было под Гихами...» // Правда. – 1996. – 13 июля.
10. Кожанов Н. «Силовой вариант» - в действии // Правда. – 1996. – 17 июля.
11. Кожанов Н. Во что обходятся «мирные инициативы» // Правда. – 1996. – 18 июля.
12. Лебедь – стратегическая угроза // Завтра. – 1996. - № 33.
13. О «принципах». Выступление министра внутренних дел Российской Федерации А. С. Куликова в Совете Федерации 8 октября 1996 года // Советская Россия. – 1996. – 12 октября.
14. Пельц А. Вернутся ли делегации за стол переговоров? Шанс ещё остаётся // Красная звезда. – 1996. – 11 июля.

15. Солдатенко, Б. Самой больной темой остаётся Чечня // Красная звезда. – 1996. – 18 июля.
16. Тумаков Д. В. Выступления Бориса Ельцина как источник по первой чеченской кампании 1994-1996 гг. // Государство, общество, церковь в истории России XX-XXI веков XX-XXI веков: материалы XVIII Международной научной конференции, Иваново, 3-4 апреля 2019 г. – Иваново: Иван. гос. ун-т. – С. 675-681.
17. Тумаков Д. В. Окончание первой чеченской войны 1994-1996 гг. в освещении официальной российской прессы и в мемуарах военачальников // Война и мир в отечественной и мировой истории: материалы международной научной конференции: в 2 т. Санкт-Петербург, 27 марта 2020 года. Т.1. – СПб.: ФГБОУ УВО «СПбГУПТД». – 2020. – С. 653-661.
18. Чечня: срок ультиматума // Российская газета. – 1996. – 10 июля.
19. Чечня: МВД сражается // Завтра. – 1996. - № 33.
20. Шестериков С., Бородай А. Город, который мы потеряем // Завтра. – 1996. - № 30.
21. Шурыгин В. Чечня: бойня № 3. Выборы закончены – война продолжается // Завтра. – 1996. – № 29.
22. Шурыгин В., Бородай А. Расстрел. Колонна и рота сопровождения вышли в горы. Там их ждала смерть // Завтра. – 1996. – № 28.
23. Шурыгин В., Бородай А. Грозный: летний «январь». Войска сражаются, а Лебедь готовит капитуляцию // Завтра. – 1996. – № 33.

THE END OF MILITARY OPERATIONS IN THE CHECHEN REPUBLIC IN THE SUMMER OF 1996 IN THE ESTIMATIONS OF THE RUSSIAN LEFT-WING PRESS

D. Tumakov

The article deals with the coverage of the final stage of hostilities in Chechnya in 1996 by the Russian left-wing press. The most typical newspaper publications of those years are analyzed, in comparison with the memoirs of the leading Russian politicians and military journalists. It is concluded that the position of the Russian communists in the Chechen question was very tough. They opposed dialogue with the separatists and advocated a decisive defeat of the main militant forces in Grozny, the restoration of constitutional order and the rule of law in Chechnya, and did not criticize the army. And they considered her a victim of the betrayal of politicians.

Keywords: military operations, the first Chechen war, the Communist Party of the Russian Federation, periodicals, the army, separatists.

Сведения об авторе

ТУМАКОВ Денис Валерьевич – кандидат исторических наук, доцент кафедры истории и философии, Ярославский государственный медицинский университет Минздрава России, (г. Ярославль, Россия), denistumakov@yandex.ru

УДК 93/94

СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ АНАЛИЗА ФРОНТОВЫХ ПИСЕМ ВЕЛИКОЙ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ВОЙНЫ КАК КАТЕГОРИИ ИСТОРИЧЕСКОЙ ПАМЯТИ

М. А. Ульянова

В данной работе предпринимается попытка теоретического описания междисциплинарного современного анализа текстов фронтовых писем. Альтернативный метод включает в себя исторический, культурологический, филологический инструментарий.

Ключевые слова: фронтовые письма, историческая память, Великая Отечественная война, альтернативный междисциплинарный метод.

Тексты эпистолярного жанра в исторической науке только на первый взгляд кажутся распространенными источниковедческими объектами анализа. При этом большая часть исследований тяготеет к выделению классификации эпистолярных текстов и их функционированию при исследовании исторического события (Т. А. Булыгин [1], А. С. Кузнецов [2], Н. В. Момотова [3]). Такой подход, на наш взгляд, не всегда уместно расширяет границы исторического дискурса, хотя и представляет системную модель жанрового своеобразия эпистолярных источников.

На сегодняшний день потенциал и инструментарий истории как науки позволяет проводить большое количество междисциплинарных исследований, обобщающих материалы сопряженных гуманитарных наук. Такая междисциплинарность сокращает дистанцию между ученым и источником.

Современный историк имеет возможность синтезировать филологические, культурологические, лингвистические, психологические, антропологические, социологические, религиозные, фольклорные и этнографические знания для формирования идейного содержания научной мысли. При этом эпоха постмодернизма позволила сильнее «развернуться» к человеку, его психологии, смыслам внутреннего бытия. Артефакты становятся объектом исследования не только с фактологической стороны, но и психологической.

Вслед за В. А. Сомовым [4] отмечаем уникальность личной переписки для осмысления историко-культурологического контекста моделируемого ученым процесса, явления, эпохи. Особое место среди эпистолярных текстов занимают фронтовые письма, особенностью которых является нестандартные для человека место-время-эмоции. Сложность интерпретации личных писем в поле исторического знания подталкивает к созданию междисциплинарных методов исследования. В нашей теоретической статье представлен современный метод исследования фронтовых писем. Новизна метода заключается не в инструментарии, а в подходе историка к тексту как совокупности лингвистических и экстралингвистических контекстов.

В исторической культурологии в 1960-е годы возрастает интерес к «значимости языка, слов и словосочетаний» для «исторического анализа»².

² Термин «историческая культурология» является наиболее точным переводом с немецкого языка термина Ханса Эрика Бёдекера «historische Kulturwissenschaft».

Язык же для исследования содержания информации о далеком прошлом становится одним из основных источников ее изучения. Конструирование представлений человека о характере исторических событий, явлений с 60-70-х годов XX века складывается в научную традицию под названием история понятий (Begriffsgeschichte).

Историк, обращаясь к письменному источнику, сталкивается с трудностью адаптации и выбора методов анализа. На наш, взгляд в этом случае важным оказывается осмысление функционирования триады: исторический контекст, интерпретатор (историк) и объект интерпретации. Пристальное внимание к роли языка и его значению в историко-культурном процессе важно в контексте изучения семантики явлений и их бытования в культуре на материале фронтовых писем. Отдаленность исследователя от источника, относящегося ко времени Великой Отечественной войны, создает как методологическую проблему его анализа, так и историко-культурологическую. В связи с этим применение сразу нескольких методов позволит декодировать историческое сознание. Полемика вокруг функциональности данного термина ведется как в историческом научном сообществе, так и в философском. Объединяет оппонентов мысль о важности исследования исторического сознания (А. Я. Гуревич [6], С. И. Дудник [7], А. Ф. Лосев [8]). Нам близка мысль С. И. Дудника [7, с. 148] о взаимопроникновении времени, истории, бытия. Мы же предпринимаем попытку расширения термина: под историческим сознанием понимаем совокупность осмысленных концептов о том или ином событии, которая существует в когнитивной базе носителя языка и экстраполируется на анализ этим объектом темпоральных категорий.

Схожий в общем, но различный в принципиальном – методах – механизм выстраивания взаимосвязей человека и мысли представлен в Психолингвистическом толковом словаре [9, с. 32-129]. Пара носитель сознания и оформленная в слово мысль вмещает историческую, культурологическую и психолингвистическую информацию.

В предложенной нами парадигме основной единицей модели исторического сознания служит понятие концепт. «Концепты формируются в процессе познавательной деятельности человека и являются единицами концептуального уровня, на котором накапливается и перерабатывается огромный поток информации, поступающей из окружающего мира» [10, с. 87]. Соответственно рассмотрение личной переписки как набора запечатленных на бумаге смыслов уточняет не только и не столько эмоциональную составляющую влияния исторических процессов на человека, а сколько значимость явления в целом. Такой подход отсылает к актуальному вопросу изучения исторической памяти. «В основе всякого историописания лежит, прежде всего, историческое сознание, объединяющее прошлое с настоящим, проецируемым в будущее» [11, с. 479].

Особенность концепта быть ментальной репрезентацией отмечена Н. Д. Арутюновой в монографии «Язык и мир человека». Н. Д. Арутюнова относит концепт к категории практической философии. Следуя теории Н. Д. Арутюновой, можно сказать, что концепт есть результат взаимопроникновения друг друга ряда исторических, социокультурных и лингвистических факторов (данная триада отсылает к нашей концепции исторического сознания – прим. Ульянова): фольклорных традиций, национальной специфики,

религиозных воззрений, идеологических конструкций, личного жизненного опыта носителя языка, образного мышления, морально-этических ценностей. Благодаря концептам выстраивается «своего рода культурный слой, посредничающий между человеком и миром» [12, с. 37].

Один из принципов изучения истории - исследование мировоззрения, системы ценностей и представлений человека, бывшего носителем конкретной культуры и языка. По словам Т. И. Вендиной [13], «ключом к тайнам многослойного мыслительного универсума любой культуры является язык, именно он формирует понятия и организует восприятие в связную картину мира» [13, с. 9].

Понимая значение слова как неотъемлемую часть концепта, необходимо учитывать различные подходы к изучению семантики. Выбор пути изображения исторической картины мира автора письма обусловлен существованием представления о концептах только в письменном источнике (если не учитываем визуальные и аудиальные единицы, сложившиеся вокруг источника, – прим. Ульянова).

Выделение исторической знаковой и языковой сущности концепта позволит наиболее точно составить представление о картине мира носителя исторического сознания. Воспроизведение содержания концепта с помощью сопоставительного анализа зафиксированных исторических событий и экстралингвистических компонентов (психологизм человека на войне, черты эпистолярного жанра, отличительные признаки исторического мышления конкретной группы – прим. Ульянова) проиллюстрирует особенность функционирования концепта в тексте фронтовых писем.

Для систематизации семантики с лингвистической точки зрения значения формулируются на основе приведенных в словарных статьях примерах. Толковые словари должны быть актуальны для анализируемой эпохи, в нашем случае – 1941-1945 годы. Это ограничивает возможность историка атрибутировать семантику, опираясь только на свое историческое сознание.

Методом обобщения словарных дефиниций [14] из актуальных словарей изымаются все возможные значения концепта, и на их основе формулируется новое обобщенное значение, а также дополнительное, встроенное в исторические концептуальные гнезда, под которыми понимаем модели исторического сознания, вмещающие семантику концептов. Выявляются они с помощью качественного метода, не лишённого субъективизма [15]. Интерпретация «преследует цель толкования глубинных смыслов и генерирования теорий» для «обнаружения взаимодействия между членами социума и классификации наблюдаемых явлений» [15, с. 16]. Порядок связей внутри поля концепта выстроен с применением психолингвистического инструментария (А. А. Залевская [16, с. 36-44], В. И. Карасик [17]). Многомерные смыслы, скрытые за знаком объединены словами-сигналами. Это предельно условные и субъективные единицы, задающие в вопросной форме семантический вектор группе примеров употребления из фронтовых текстов.

Для выявления наиболее яркого исторического значения (то значение, которое наиболее актуально для автора письма по отношению к описанию концепта Великая Отечественная война, – прим. Ульянова). Каждое значе-

ние и концептуальное гнездо снабжены *индексом яркости*³ (ИЯ). Термин индекс яркости введен в научный обиход И. А. Стерниным [14, с. 98]. Мы не будем апеллировать к индексу яркости в классическом, психолингвистическом понимании. Под ИЯ в рамках исторического концептуального поля допускаяем отношение числа примеров употребления, вербализовавших сему, к общему числу количества слов с корнем -войн- и семами вокруг данного корня: наименования явлений, процессов, описание боевых действий, взаимоотношения на фронте, психологическое состояние воинов – строго говоря, культурные и бытовые значения. Концептуальное гнездо имеет суммарный индекс яркости (СИЯ) – сумма всех ИЯ.

Итак, модель исторического сознания как одной из основных составляющих категории исторической памяти может выглядеть следующим образом:

- Список систематизированных дефиниций, взятых из толковых словарей актуальных для автора фронтового письма;
- Историческое концептуальное гнездо с его значением в порядке убывания совокупного индекса яркости;
- Дополнительные исторические значения, сформулированные на основе однотипных лексем в тексте фронтовых писем, объединённых схожим смысловым наполнением;
- Значения атрибутированы по ядерным и периферийным компонентам, каждые из которых имеют индекс яркости;
- Примеры репрезентации в письменном эпистолярном тексте;
- Антонимичное значение исторического концепта;
- Комментарий. Историческая интерпретация понимания автора письма с опорой на проведенный анализ, результаты предшествующих исследований истории военных действий в годы Великой Отечественной войны, знаний о культурной и бытовой реальности на фронте;
- Ложные семы с пояснением их наличия в модели концепта;
- Список актуализированных и неактуализированных языковым сознанием автора исторических дефиниций словарей.

Каждое значение и концептуальное гнездо снабжены СИЯ и ИЯ. Сумма индексов яркости (ИЯ) обобщенных и дополнительных значений складывается в совокупный индекс яркости (СИЯ) концептуального гнезда, а также даёт представление о том, какое место в историческом сознании занимает отдельное представление о войне. Индексы яркости позволяют выявить ядерное и периферийное понимание. Опираясь на суммарный индекс яркости, представляется возможным выстроить иерархию значимости представлений, что расширяет контекст понимания события, повлиявшего не только на отечественную историю, но и мировую.

На наш взгляд, фронтовые письма нуждаются в углубленном анализе с применением альтернативных научных методов. Эпистолярные тексты яв-

³ «Индекс яркости семы – понятие, введенное для психолингвистического значения, то есть полученного и сформулированного в результате обработки результатов психолингвистических экспериментов. Соответствующие значения описываются как совокупности сем с определенным индексом яркости (ИЯ), вычисляемым как отношение количества испытуемых, актуализировавших (вербализовавших) данную сему в экспериментах, к общему числу испытуемых».

ляются уникальным свидетельством эпохи, заключающим в себе роль личности в истории, влияние государственных процессов на общество и человека. Многопрофильное исследование на стыке научных знаний открывает новые возможности источниковедения. Понимание порождений историко-культурной специфики концептов дополнит имеющиеся знания об актуальности исторической памяти.

Список использованных источников

1. Булыгина Т. А. Письма с фронта как источник истории повседневности в годы Великой Отечественной войны // Ставрополье: правда военных лет. Великая Отечественная в документах и исследованиях. Ставрополь, 2005.
2. Кузнецов А. С. Фронтовые письма как источник для изучения антропологического содержания Великой Отечественной войны // Вестник Кемеровского государственного университета. – 2016. – №4. – С. 63-68
3. Момотова Н. В. Ценностный мир военнослужащих в письмах с фронтов Великой Отечественной войны // Социология. – 2005. – № 2.
4. Сомов В. А. Письма участников Великой Отечественной войны 1941 - 1945 годы // Вопросы истории. – 2003. – № 8.
5. Бёдекер Х. Э. (ред.) История понятий, история дискурса, история метафор // М.: Новое литературное обозрение, 2010. – 328 с.
6. Гуревич А. Я. Категории средневековой культуры // М., 1972. – 350 с.
7. Дудник С. И. История и историческое сознание // Я. (А.Слинин) и МЫ: к 70-летию профессора Ярослава Анатольевича Слинина. СПб, 2002.
8. Лосев А. Ф. Античная философия истории. СПб, 2000. –208 с.
9. Ульянова М. А. Психолингвистическое значение лексем *возможность, вопрос, государственный, казаться, компания, область, образ, представить, проблема, решение, статья* // Психолингвистический толковый словарь русского языка. Воронеж: Издательство ООО «РИТМ», 2019.
10. Воропаева В. А. Полевой подход к описанию языковых концептов // Социальные варианты языка: материалы международной научной конференции. Нижний Новгород: Нижегородский государственный лингвистический университет им. Н. А. Добролюбова, 2007.
11. Репина Л. П. Историческая наука на рубеже XX–XXI вв. // М.: Кругъ, 2011. – 559 с.
12. Арутюнова Н. Д. Язык и мир человека // М.: Языки русской культуры, 1999. –896 с.
13. Вендина Т. И. Средневековый человек в зеркале старославянского языка // Москва: Индрик, 2002. – 336 с.
14. Стернин И.А. Экспериментальные методы в семасиологии // Воронеж: изд-во ВГУ, 1989. – 192 с.
15. Леонтович О. А. Методы коммуникативных исследований // М.: Гнозис, 2011. – 224 с.
16. Залевская А. А. Психолингвистический подход к проблемам концепта // Методологические проблемы когнитивной лингвистики. Воронеж: Изд-во Воронеж. ун-та, 2001.
17. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс // Волгоград: Перемена, 2002. – 477 с.

MODERN METHODS OF ANALYZING FRONTLINE LETTERS OF THE GREAT PATRIOTIC WAR AS A CATEGORY OF HISTORICAL MEMORY

M. Ulyanova

In this paper, an attempt is made to theoretically describe the interdisciplinary modern analysis of the texts of frontline letters. The alternative method includes historical, cultural, and philological tools.

Keywords: frontline letters, historical memory, the Great Patriotic War, alternative interdisciplinary method.

Сведения об авторе:

УЛЬЯНОВА Марина Алексеевна – аспирант и преподаватель, Воронежский государственный педагогический университет, (г. Воронеж, Россия), matildaulyanova1102@yandex.ru

УДК 339.972(592.3)

DIGITAL ECONOMY FRAMEWORK FOR ACTION: СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ СИНГАПУРА

В. А. Соловьева, И. А. Цверинаншвили

Статья посвящена актуальной повестке развития цифровой экономики Республики Сингапур, её проектам и прогнозируемым успехам, реализуемым в рамках принятого в 2018 г. «Фреймворка действий для цифровой экономики». На основании положений, закреплённых в документе, в статье анализируются как уже существующие, так и планируемые к реализации проекты, направленные на развитие сингапурской цифровой экономики и отвечающие её многосторонним и многовекторным направлениям. Исходя из определяющих задач и целей фреймворка, детально рассмотренных в рамках данной статьи, подтверждается значимая роль Сингапура как интеллектуального центра региона Юго-Восточной Азии.

Ключевые слова: Сингапур, Юго-Восточная Азия, цифровая экономика, цифровизация, инновационные технологии, кибербезопасность.

Новый геополитический мировой порядок требует не только актуального глубокого осмысления текущих мировых процессов, но и изучения опыта развития отдельных государств и регионов. Многие современные работы исследователей уделяют большое внимание достижениям Сингапура, подчёркивая, что эта азиатская республика рассматривается как один из лидеров современного экономического порядка и пионеров в применении опыта имплементирования цифровых технологий и создании сбалансированной внешней политики [1]. Вопреки тому, что в конце 2010-х гг. Сингапур занял заметные позиции в структуре глобальной цифровой экономики и добился существенных результатов на пути цифровизации традиционных экономических процессов [2], в 2018 г. Министерство коммуникаций и информации Сингапура представило «Фреймворк действий для цифровой экономики» (англ. Digital Economy Framework for Action) [3], который описывает стратегию дальнейшего развития цифровой экономики страны.

В рамках этого документа было выделено три основных стратегических приоритета:

«ускорение – цифровизация бизнеса». Смысл данного приоритета состоит в дальнейшей цифровизации различных бизнес-структур, включая промышленные предприятия, что будет способствовать дальнейшему росту производительности труда и эффективности экономики в целом. В рамках этого приоритета было разработано 23 «Карты трансформации секторов» (англ. Industry Transformation Maps, ITMs) [4], каждая из которых также сопровождалась «Планом цифровизации секторов» (англ. Industry Digital Plans);

«конкурентоспособность – интеграция экосистем». Приоритет направлен на содействие деловому сообществу в создании и включении бизнес-структур в цифровые экосистемы для внедрения передовых бизнес-моделей и расширения рынков сбыта;

«трансформация – цифровая индустриализация». Предусматривает изменение и быстрое развитие информационно-коммуникационной и медийной индустрии, являющейся одним из потенциальных драйверов роста сингапурской экономики [5]. Цифровые компании в ключевых направлениях получают государственную поддержку. Среди этих направлений обозначены следующие:

- искусственный интеллект и наука данных;
- кибербезопасность;
- иммерсионные медиа;
- интернет вещей;
- инфраструктура коммуникаций будущего.

В рамках стратегического плана по дальнейшему развитию цифровой экономики Сингапура сформулированы четыре основополагающие задачи:

- создание кадрового потенциала, состоящего из высококвалифицированных специалистов, способных работать в IT-индустрии, а также повышение общего уровня цифровых навыков у специалистов разных профессий и компаний;
- выработка дорожных карт и форсайта (в сфере исследований и инноваций), чтобы бизнес-структуры были в курсе последних достижений цифровизации и могли внедрять и оперативно их использовать;
- сочетание физической и цифровой инфраструктуры для технического обеспечения цифровизации экономики;
- адаптация государственного регулирования к новым реалиям, связанным с формированием и развитием цифровой экономики, включая законы о конфиденциальности данных, кибербезопасности и защите данных, а также постоянные усилия по калибровке управления политикой данных и связанной с ней деятельностью (такой как искусственный интеллект).

Программы поддержки развития цифровой экономики в рамках сингапурского фреймворка подразделяются на две большие группы – поддержка бизнеса и поддержка индивидов. Поддержка бизнеса включает в себя следующие проекты:

- проникновение цифровых технологий в среду малого и среднего бизнеса посредством выработки и следования пошаговым рекомендациям, реализация которых позволяет воспринять и внедрить цифровые технологии в различные бизнес-процессы и операции;
- внедрение достижений цифровизации в разные отрасли экономики, в которых велико значение малого и среднего бизнеса, включая, прежде всего, такие отрасли, как общественное питание, логистика, розничная торговля, оптовая торговля, экологические услуги и безопасность [6];
- разработка и внедрение национальной системы выставления счетов, функционирование которой не только позволит улучшить систему их оплаты, но и даст возможность оперативно предоставлять информацию по лицевым счетам, обмениваться ей, отправлять на согласование. Это сократит долю бумажного документооборота и повысит скорость взаимодействия между субъектами экономической системы;
- поддержка талантов (англ. Talent Assistance) – это проект, который представляет собой часть программы Министерства коммуникаций и инфор-

магии Сингапура по обучению и поддержке представителей СМИ и медиа-индустрии путём предоставления грантов и стипендий;

- открытая платформа инноваций – создана для того, чтобы объединить бизнес-сообщество и сообщество разработчиков. Такое взаимодействие позволит эффективнее разрабатывать и внедрять цифровые продукты, а также решать такие проблемы бизнеса, в которых требуется применение цифровых технологий;

- экосистема инновации кибербезопасности (англ. Innovation Cybersecurity Ecosystem) представляет собой первый бизнес-инкубатор Сингапура с фокусом на поддержку стартапов и инноваций в сфере кибербезопасности для выхода на мировой рынок [7];

- Go Global – это программа, представленная компанией Google и позволяющая сингапурским компаниям исследовать потенциальные рынки, находящиеся за пределами Сингапура [8];

- Squared Online – это платформа, представляющая собой партнерство между Министерством коммуникаций и информации Сингапура, компанией Google и международным провайдером тренинга AVADO. Цель состоит в формировании IT-специалистов, обладающих навыками цифрового маркетинга и управления;

- программа стратегического партнерства (англ. Strategic Partners Programme, SPP) – направлена на развитие цифрового сотрудничества малого и среднего бизнеса с крупным и транснациональным бизнесом в формате предпринимательских сетей, что позволяет выходить на мировые рынки и вести бизнес в глобальном масштабе, выходя за рамки локальных ограничений;

- искусственный интеллект Сингапур (англ. Artificial Intelligence Singapore, AI Singapore) – это государственная программа, которая направлена на объединение компаний-разработчиков искусственного интеллекта и компаний-потенциальных потребителей искусственного интеллекта [9]. Суть платформы состоит не только в том, чтобы наладить коммуникации между заказчиками и исполнителями, но также покрыть до половины расходов по внедрению технологий искусственного интеллекта в бизнес-процессы (до 100 000 долларов США на проект);

- аккредитация SG:D (Accreditation@SG Digital) представляет собой государственную программу аккредитации и сертификации цифровых услуг.

Проекты, связанные с поддержкой индивидов в рамках развития цифровой экономики, включают в себя 16 образовательных и стипендиальных программ, направленных:

- на софинансирование;
- повышение квалификаций и переквалификации студентов и рабочих кадров в цифровой сфере;
- предоставление знаний и навыков работающему населению Сингапура, необходимых для профессий будущего, а также специфических программ и курсов для специалистов IT-индустрии.

Исходя из перечисленных процессов и направлений цифровизации, действующих в рамках «Фреймворка действий для цифровой экономики», можно говорить о сбалансированной и дальновидной стратегии, применяемой в экономическом секторе Республики Сингапур. В ближайшие годы для достижения запланированных результатов стране необходимо продолжать намен-

ный курс [5] и выдерживать конкуренцию со стороны азиатских политических, экономических и научно-технических конкурентов. Опыт развития цифровой экономики Сингапура может быть интересен многим странам, в том числе и Российской Федерации [10].

Список использованных источников

1. Спиридонов А. А., Чисталёва Т. А., Эйдемиллер К. Ю. Современное инвестиционное сотрудничество ФРГ и стран АСЕАН // Социогуманитарные коммуникации. – 2022. – № 2(2). – С. 36–42.
2. Цверианашвили И. А. Особенности развития цифровой экономики Сингапура // Вестник Коми республиканской академии государственной службы и управления. – 2021. – № 2 (32). – С. 57–61.
3. Digital Economy Framework for Action [electronic resource] // URL: <https://www.imda.gov.sg/-/media/Imda/Files/SG-Digital/SGD-Framework-For-Action.pdf> (last request: 29.09.2023)
4. Ministry of Trade and Industry Singapore. FEC Economic Clusters [electronic resource] // URL: <https://www.mti.gov.sg/FutureEconomy/Economic-Clusters> (last request: 29.09.2023)
5. Цверианашвили И. А., Соловьева В. А. Сингапур в глобальных процессах цифровизации // Гуманитарные чтения в Политехническом университете: сборник трудов Всероссийской научно-практической конференции. В 2-х частях, Санкт-Петербург, 13-14 мая 2021 года. Часть 2. – Санкт-Петербург, 2021. – С. 388–392.
6. Чисталёва Т. А., Сравнительный анализ цифровых экономических политик Сингапура, Малайзии и Индонезии // Гуманитарная наука в Политехническом университете: сборник статей. – Санкт-Петербург: ПОЛИТЕХ-ПРЕСС, 2021. – С. 364–372.
7. ICE71. Innovation Cybersecurity Ecosystem at BLOCK71 [electronic resource] // URL: <https://ice71.sg> (last request: 29.09.2023)
8. Чисталёва Т. А., Эйдемиллер К. Ю. Экспорт технологий из Юго-Восточной Азии на Ближний Восток и его экономические последствия // Вестник КРАГСиУ. Серия «Теория и практика управления». – 2020. – № 25 (30). – С. 104–108.
9. Artificial Intelligence Singapore. National Research Foundation; National University of Singapore [electronic resource] // URL: <https://connect.aisingapore.org> (last request: 01.10.2023).
10. Министерство иностранных дел Российской Федерации. О российском участии в 7-й Сингапурской международной кибернеделе [электронный ресурс] // URL: https://www.mid.ru/ru/foreign_policy/news/1835005/ (дата обращения: 01.10.2023)

DIGITAL ECONOMY FRAMEWORK FOR ACTION: SINGAPORE'S DIGITAL ECONOMY DEVELOPMENT STRATEGY

V. Solovieva, I. Tsverianashvili

The article is devoted to the current agenda for the development of the digital economy of the Republic of Singapore, its projects and predicted success. The agenda is being implemented in 2018 within the the Action Framework for the Digital Economy. The article analyzes a number of existing and planned projects aimed at developing the Singaporean digital economy and meeting its multilateral and multi-vector directions.

Based on the considered defining tasks and goals the significant role of Singapore as the intellectual center of the Southeast Asian region is confirmed.

Keywords: Singapore, Southeast Asia, digital economy, digitalization, innovative technologies, cybersecurity.

Сведения об авторах:

СОЛОВЬЕВА Валерия Андреевна – магистр, Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича, (г. Санкт-Петербург, Россия), v.a.soloveva@mail.ru

ЦВЕРИАНАШВИЛИ Иван Алексеевич – старший преподаватель кафедры истории и регионоведения, Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича, (г. Санкт-Петербург, Россия), ivan.tsver@gmail.com

УДК 328.12
ГРНТИ 11.15.91

«СОГЛАШЕНИЕ ТИДЁ» КАК ФЕНОМЕН ПОЛИТИЧЕСКОЙ БОРЬБЫ В СОВРЕМЕННОЙ ШВЕЦИИ

Д. Г. Черкасов

Внутриполитическая ситуация сложившаяся в Швеции перед парламентскими выборами сентября 2022 года, а также затяжной политической кризис и наличие временного правительства, практически гарантировала сложности при формировании нового правительства, несмотря на то какая коалиция партий победит на выборах. Помимо этого вопрос включения партии Шведских Демократов в потенциальную коалицию беспокоил большинство шведских партий, что могло привести к ещё более глубокому расколу внутри Риксдага. В данном контексте особо интересен опыт заключения «Соглашения Тидё» и его влияния, как на парламентское расположение сил, так и на проводимую Швецией политику. В данной статье описаны положения «Соглашения Тидё», условия его заключения и потенциальные последствия для шведской политики.

Ключевые слова: «Соглашение Тидё», Риксдаг, политический кризис, парламентские выборы, коалиция, внутренняя политика, НАТО, внутриполитическая борьба.

В преддверии парламентских выборов в Швеции за власть в стране боролись два потенциальных парламентских блока. Первым блоком был альянс, состоящий из либеральных и правоконсервативных партий. В их число входили Умеренная коалиционная партия, Либеральная партия, партия Христианских демократов, а также потенциально и партия Шведских демократов. Последняя, хоть и находилась в политической изоляции, но уверенно набирала голоса избирателей каждые выборы. Вторым вариантом был гипотетический блок, созданный вокруг правящей Социал-демократической партии Швеции. Однако к тому времени СДПШ растеряла всех своих союзников в лице Левых и Зелёных, а из оставшихся партий симпатизировали Социал-демократам только центристы.

11 сентября 2022 года после закрытия избирательных участков Центральный избирательный орган Швеции заявил, что блок, Умеренных, Либералов, Шведских Демократов и Христианских Демократов обогнал потенциальный блок Социал-демократов на одно-три места во время подсчета предварительных результатов. Разрыв между двумя блоками составил около 50 000 голосов[1]. Лидер партии Умеренных Ульф Кристиерссон заявил, о достижении хороших результатов на выборах и поблагодарил своих избирателей. В то же время Йимми Окессон, лидер Шведских Демократов, заявил, что Шведские Демократы будут играть «центральную роль» в смене власти[2]. Кристиерссон также сказал, что результаты ещё не являются финальными и всё ещё возможно изменение количества мест у партий в Риксдаге. Поскольку голоса за рубежом и некоторые голоса по почте должны были быть подсчитаны, действующий премьер-министр Магдалена Андерссон заявила, что «слишком рано подводить итоги выборов». Некоторые аналитики отмечают рост внепарламентской партии Ньюанса, чья политика в основном направ-

лена против мусульманского населения страны, как одну из причин поражения левого блока. Хотя эта партия так и не преодолела минимальный процент голосов.

13 сентября Анни Лёф лидер партии Центра отправила внутреннее электронное письмо избранным политикам партии, в котором назвала результаты партии «очень разочаровывающими» и заявила, что правление Центристов проведет расследование кампании партии. В действительности Партия Центра потеряла 7 мест в Риксдаге, что является самым плохим показателем среди всех партий на этих выборах, особенно для такой малочисленной партии. Два дня спустя Лёф объявила о своей отставке с поста лидера партии[3].

Точные итоги выборов были оглашены лишь через несколько дней. Социал-демократическая партия Швеции, несмотря на все трудности, возникшие за период существования временного правительства, существенно укрепила свои позиции в Риксдаге, увеличив своё присутствие в нем с 100 мест до 107 (30,3% от всех голосов). Шведские Демократы ожидаемо обошли Умеренную коалиционную партию и стали второй по численности партией в Риксдаге с 73 местами в Риксдаге (20,5% от всех голосов). А Умеренная коалиционная партия, несмотря на прогнозы, потеряла часть своих избирателей, которые, скорее всего, проголосовали за более радикальную программу Шведских Демократов. Умеренные потеряли 2 места в парламенте по сравнению с предыдущими выборами и получили всего 68 мест в Риксдаге (19,1% от всех голосов)[1]. Однако не только Умеренная коалиционная партия столкнулась с потерей мест в парламенте, такой же неудовлетворительный результат постиг практически все центристские и малочисленные парламентские партии. Здесь прослеживается тенденция аккумуляции большинства голосов избирателей тремя крупнейшими политическими партиями. Примечательно, что суммарное количество Правоконсервативного альянса без учёта Шведских Демократов, которые до этих выборов формально находились в политической изоляции, достигло только 103 мест в Риксдаге, и таким образом Альянс уступил бы не только коалиции СДПШ, но и просто одной партии Социал-демократов[1].

Магдалена Андерссон, вероятно понимая, что процесс формирования собственной коалиции займет длительное время, что введёт шведскую политическую систему в очередной политический кризис, как это было в 2018 году, и решила пойти на уступки. Магдалена Андерссон 14 сентября объявила о своей отставке с поста премьер-министра и сообщила Ульфу Кристиерссону о своей поддержке в формировании нового правительства. Андерссон призвала Умеренных, Либералов и Христианских Демократов отказаться от членства Шведских Демократов и сказала, что она открыта для правительства во главе с Умеренными, которое исключило бы Шведских Демократов[4].

Несмотря на правое большинство, к моменту открытия после выборов Риксдага 26 сентября, представители Умеренной партии выразили обеспокоенность тем, что Шведские Демократы будут обладать непропорционально большим влиянием на новое правительство. В подобной ситуации Шведские Демократы будут использовать предоставленные им посты председателей комитетов для блокирования или отсрочки проводимой правительственной политики. 26 сентября Андреас Норлен, представитель Умеренной партии,

был переизбран спикером Риксдага путем аккламации[5]. После этого состоялись выборы Юлии Коронлид, представителя шведских демократов, на должность в качестве вице-спикера Риксдага, однако для утверждения ей потребовалось второе голосование после того, как при первом голосовании трёх голосов не хватило для требуемого большинства[5].

Для формирования правительства Умеренной коалиционной партии необходимо было решить вопрос членства Шведских демократов в правом блоке. Против такого сотрудничества, под давлением либеральных европейских партий, высказалась Либеральная партия. При этом УКП необходимо было сохранить за собой поддержку Шведских Демократов, чтобы те позволили сформировать правительство и не препятствовали его активной деятельности. Единственным логичным решением был компромисс между УКП и ШД, когда Шведские Демократы в обмен на определённые уступки сохраняют свою приверженность Умеренной коалиционной партии, но не будут претендовать на места в правительстве. Следует отметить, что подобные соглашения между партиями после выборов не являются редкостью, примером тому является договорённость между Социал-демократической партией Швеции илевой партией после парламентских выборов 2018 года, тогда Левые также не вошли в состав правительства, хоть и находились в Красно-зелёном альянсе вместе с СДПШ. Договорённость между членами Правоконсервативного блока и партией Шведских Демократов получило название «Соглашение Тидё» в честь замка Тидё, в котором оно и было заключено[6].

Всеобщие выборы в Швеции в 2022 году состоялись 11 сентября, а о соглашении было объявлено лишь только 14 октября, через месяц после выборов. Четыре партии, стоящие за соглашением, имели узкое парламентское большинство, но чтобы выиграть выборы и сформировать правительство, необходимо было достичь компромисса. В то же время Умеренные, Либералы и Христианские Демократы вместе взятые имеют меньше мест, чем Социал-демократы, и должны полагаться на Шведских Демократов при каждом голосовании. Соглашение было окончательно оформлено после месяца тяжёлых переговоров между партиями правого блока. По соглашению Умеренные, Либералы и Христианские Демократы становятся частью правительства меньшинства, в то время как Шведские Демократы получают должности государственных служащих в правительственных учреждениях. Несмотря на внутреннюю оппозицию со стороны Либеральной партии, выступающей против Шведских Демократов в рамках правого блока, только на таких условиях ШД согласились обеспечить возглавляемому Кристерссоном правительству абсолютное большинство во время важнейших голосований[6].

17 октября Риксдаг утвердил Кристерссона на посту премьер-министра Швеции голосованием 176 голосов «за» и 173 «против»[7]. Впервые Шведские Демократы получают прямое влияние на правительство. ШД получают не только ключевые посты в министерствах, но и оказывают прямое влияние на проводимую Правоконсервативным альянсом политику вплоть до следующих выборов. «Соглашение Тидё» подразумевает договорённость между правящими партиями и партией Шведских Демократов о проводимой государственной политике. Текст соглашения содержит 63 страницы, в которых прописаны пункты, регулирующие важнейшие сферы политики проводимой новым пра-

вительством[8]. Многие из предложений Шведских демократов напрямую инкорпорированы в программы правящих партий.

Первый пункт «Соглашения Тидё» описывает общее направление экономической политики в течение срока полномочий нового правительства. Соглашение определило направление экономической политики, направленное на борьбу с безработицей и укрепление способности Швеции к экономическому росту. Устанавливается принцип, согласно которому государственные и муниципальные органы должны в первую очередь предоставлять условия для трудоустройства, а уже только потом предоставлять пособия, среди прочего, вводятся особые требования к активности для тех, кто существует исключительно на социальном обеспечении[9].

Второй пункт «Соглашения Тидё» касается мер по борьбе с преступностью. Соглашение требует принятия новаторских мер для предотвращения организованной преступности. К ним относятся, среди прочего, ужесточение наказаний для преступных группировок, криминализация участия в преступных группировках, введение более эффективных средств принуждения. В то же время снижается возраст наступления уголовной ответственности. Создана национальная группа социального вмешательства, которая будет проводить анализ социальной среды, и распространять проверенные методы предотвращения преступности, а также обучать социальных работников для профилактической работы с молодыми людьми, которые совершают преступления или находятся в зоне риска их совершения. Программы родительской поддержки расширяются. Проводится полный и тщательный пересмотр уголовного законодательства с целью, среди прочего, ужесточения наказания за насильственные и сексуальные преступления. Полиция, Шведская служба тюрем и probation и другие органы в системе правосудия значительно расширятся[9].

Третий пункт, касающийся миграционной политики и социальной интеграции, гласит, что в миграционной политике Швеции произойдут кардинальные изменения. Миграция в Швеции должна быть доведена до минимального уровня в соответствии с законодательством Европейского союза при соблюдении соответствующих международных конвенций. В рамках проекта будут реализованы следующие реформы:[9]

- более широкое использование биометрических данных в личных делах иностранцев;
- расширенные возможности внутреннего контроля за иммигрантами;
- активизация работы по возвращению иммигрантов на родину;
- ужесточение трудовой иммиграции и условий для семейной иммиграции;
- создаются транзитные центры на протяжении всего процесса предоставления убежища;
- депортация из-за отсутствия возможности выезда и ужесточение требований к гражданству и аннулирование видов на жительство в нескольких случаях.

Политика интеграции меняется, чтобы стать более ориентированной на современные вызовы, и те, кто находится в Швеции длительное время в рамках иммигрантов или беженцев, должны взять на себя ответственность за то, чтобы стать частью шведского общества.

Четвёртый пункт соглашения гласит, что система электроснабжения должна быть восстановлена, чтобы люди и компании получали стабильные и низкие цены на электроэнергию и сокращали выбросы за счет повышения эффективности перехода на другие источники энергии. Цель энергетической политики изменена с полного использования возобновляемых источников энергии на частичное использование ископаемых источников энергии. Условия для инвестиций в ядерную энергетику должны быть усилены, среди прочего, посредством предоставления государственных кредитов на сумму 400 миллиардов шведских крон. Предполагается введение новых правил, которые не позволят политикам произвольно закрывать атомные электростанции, которым должно быть гарантировано право использоваться и производить электроэнергию до тех пор, пока объекты находятся в хорошем состоянии и эксплуатируются безопасно[9].

Пятый пункт соглашения касается медицинского обслуживания. Прописана необходимость нового правительства сократить очереди на лечение, улучшить доступность медицинских учреждений и обеспечить равенство качества медицинских услуг между различными частями страны. Назначается расследование, задачей которого является анализ и выяснение всех «за» и «против», частичной или полной государственной собственности в долгосрочной перспективе. Создается национальное агентство здравоохранения под эгидой государства, чтобы сократить очереди в здравоохранении[9].

Шестой пункт соглашения касается шведской школы и образования. Шведские школы должны подвергнуться существенному повышению уровня преподаваемых знаний. Предпринимаются шаги по введению обязательного на национальном уровне стандарта цен за обучение, с целью повышения равенства в шведских школах. По всей стране увеличивается государственный контроль над финансированием. Время преподавания должно быть увеличено, а учебные планы реформированы, чтобы уделять больше внимания обучению, навыкам и фактическим знаниям по предмету[9].

Седьмой и последний пункт соглашения касается демократии и культуры. Необходимо поощрять свободу и разнообразие средств массовой информации. Независимость общественного вещания должна сохраняться, а его долгосрочное финансирование сохраняться. В условиях частично нового медиаландшафта деятельность государственных служб должна развиваться как часть демократической инфраструктуры. Принимаются меры по снижению политического контроля над культурными программами и мероприятиями. Отдельно выделяется необходимость разработать шведский культурный канон для упрощения интеграции на основе шведской культуры[9].

Таким образом, политика проводимая новым правоконсервативным правительством заранее регламентирована «Соглашением Тидё», все стороны данного соглашения получают весомые выгоды от его заключения. Умеренная коалиционная партия совместно с Либералами и Христианскими Демократами формируют правительство и занимают большинство мест в министерствах, а Шведские Демократы получают привилегии в виде избрания представителя партии на должность вице-спикера и получают места в отраслевых министерствах. Помимо этого многие радикальные подходы к политике Шведских Демократов напрямую были включены в текст соглашения, ус-

танавливая тем самым прямое влияние Шведских Демократов на деятельность нового правительства.

Последние два десятилетия процедура формирования правительства и обсуждение формирования коалиций приводили шведскую политическую систему к затяжным кризисам, во время парламентских выборов в 2018 году на формирование правительства Красно-зелёным альянсом ушло целых четыре месяца. В этот раз же данная процедура заняла чуть менее месяца, 19 сентября Ульфу Кристерссону было предложено сформировать правительство, а уже 18 октября Швеции был объявлен новый состав правительства. Таким образом, в состав нового правительства вошли 24 министра, 13 представителей УКПШ, 6 представителей Христианских демократов и 5 министров от Либеральной партии Швеции[10]. С одной стороны шведская политическая система избежала затяжного кризиса после выборов, а с другой стороны фактически во главе страны теперь находится правительство меньшинства, представляющее интересы лишь трети населения страны.

Несмотря на то, что политическая система Швеции в условиях существования правительства меньшинства может столкнуться с блокировкой многих решений, принимаемых в Риксдаге, есть большая вероятность, что Умеренные смогут адаптироваться многие популистские предложения Шведских демократов и сохранить их поддержку. За первый год нахождения правого блока у власти уже видна реализация многих положений «Соглашения Тидё». Однако можно делать прогнозы по дальнейшему изменению шведской внутренней политики вправо. Во внешней же политике новое правительство берёт устойчивый курс на вступление в состав НАТО, наблюдая пример Финляндии. Новое правительство Швеции начнёт крупнейшую в истории страны кампанию по борьбе с преступностью. Также, наверное, важнейшим заявлением Ульфа Кристерссона стало намерение положить конец либеральной политике мультикультурализма в Швеции и всё более тщательно контролировать миграционные процессы в стране.

В любом случае, Швеция на данном этапе своего политического развития находится на переломном моменте, когда устоявшиеся десятилетиями политические подходы постепенно преобразуются и обретают новую форму. Что касается расклада политических сил в Риксдаге, в ближайшее время можно будет увидеть, получит ли правящая коалиция обещанную и столь необходимую поддержку со стороны своих традиционных противников и каким образом на шведской политической системе скажется новая изоляция теперь уже второй по численности партии Шведских демократов.

Список использованных источников:

1. Valmyndigheten, Valresultat 2022 [electronic resource] // URL: <https://www.val.se/val2022> ((last request: 05.11.2023)).
2. Reuters, Swedish Moderates leader says election result won't come until Wednesday [Электронный ресурс] // URL: <https://www.reuters.com/world/europe/swedish-moderates-leader-says-election-result-wont-come-until-wednesday-2022-09-11/> ((last request: 05.11.2023)).
3. Aftonbladet, Annie Lööf avgår som partiledare [electronic resource] // URL: <https://www.aftonbladet.se/nyheter/a/69zo3r/annie-loof-kallar-till-prestraff> (last request: 05.05.2023).

4. Expressen, Efter valförlusten: Andersson avgår [electronic resource] // URL: <https://www.expressen.se/nyheter/val-2022/efter-valforlusten-andersson-avgar/> (last request: 05.05.2023).

5. Aftonbladet, Andreas Norlén (M) återvald till riksdagens talman [electronic resource] // URL: <https://www.aftonbladet.se/nyheter/a/nQwEwm/andreas-norlen-vald-till-talman> (last request: 06.05.2023).

6. SVT Nyheter, L, KD och M ska ingå i regeringen – SD får stort inflytande [electronic resource] // URL: <https://www.svt.se/nyheter/inrikes/l-kd-och-m-ska-inga-i-regeringen-sd-far-stort-inflytande> (last request: 06.05.2023).

7. Riksdagen, Ulf Kristersson godkändes som statsminister [electronic resource] // URL: https://www.riksdagen.se/sv/aktuellt/aktuelltnotiser/ulf-kristersson-godkandes-som-statsminister_cms40110c18-74aa-4e0b-a28e-19df166633dbsv/ (last request: 10.05.2023).

8. Tidöavtalet: Överenskommelse för Sverige [electronic resource] // URL: <https://tido-avtalet.se/> (last request: 10.05.2023).

9. Tidögranskningen [electronic resource] // URL: https://crd.org/wp-content/uploads/2022/10/Civil-Rights-Defenders_Tidogranskningen.pdf (last request: 11.05.2023).

10. Regeringen, Sveriges regering [electronic resource] // URL: <https://www.regeringen.se/sveriges-regering/> (last request: 12.05.2023).

THE "TIDÖ AGREEMENT" AS A PHENOMENON OF POLITICAL STRUGGLE IN MODERN SWEDEN

D. Cherkasov

The internal political situation prevailing in Sweden before the parliamentary elections of September 2022, as well as the protracted political crisis and the presence of an interim government, practically guaranteed difficulties in forming a new government, regardless of which coalition of parties wins the elections. In addition, the issue of the inclusion of the Swedish Democrats Party in a potential coalition worried the majority of Swedish parties, which could lead to an even deeper split within the Riksdag. In this context, the experience of concluding the "Tidö Agreement" and its impact on both the parliamentary disposition of forces and the policy pursued by Sweden is particularly interesting. This article describes the provisions of the "Tidö Agreement", the terms of its conclusion and the potential consequences for Swedish politics.

Keywords: "Tidö Agreement", Riksdag, political crisis, parliamentary elections, coalition, internal politics, NATO, internal political struggle.

Сведения об авторе

ЧЕРКАСОВ Дмитрий Геннадьевич – ассистент кафедры истории и регионоведения, Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича, (г. Санкт-Петербург, Россия), cherkasov.dg@sut.ru

КУЛЬТУРНАЯ ДИПЛОМАТИЯ ТУРЦИИ В СТРАНАХ ЦЕНТРАЛЬНОЙ АЗИИ

А. А. Щетинина

В данной статье рассматриваются механизмы реализации культурной дипломатии в Турции и деятельность агентов по продвижению культуры в отдельных странах Центральной Азии. Интересы Турции в странах Центральной Азии изначально основывались на политической идеологии пантюркизма. Однако в современном мире вероятность реализации такой концепции сведена к нулю. Турецкая Республика использует этническое и языковое родство для проведения культурной дипломатии в Казахстане, Кыргызстане, Узбекистане и Туркменистане. Исключением является Таджикистан, который этнически ближе к Ирану. Для реализации политики "мягкой силы" Турецкая Республика использует не только двустороннее, но и многостороннее сотрудничество.

Ключевые слова: мягкая сила, культурная дипломатия, имидж государства, пантюркизм, Центральная Азия, Турция, международное сотрудничество, образование, институционализация.

В современном многополярном мире, в период распространения демократических ценностей, роль политики мягкой силы возрастает. Одним из инструментов политики мягкой силы является культурная дипломатия, которая играет значимую роль не только в улучшении имиджа государства, но и позволяет добиваться определенных целей во внешней политике. Турция является одной из стран, которые активно используют политику «мягкой» силы для достижения своих внешнеполитических целей. В глобальном индексе мягкой силы за 2022 год Турция поднялась на 22-е место в мире.

Целью данного исследования является выявление особенностей ведения культурной дипломатии Турецкой республики в странах Центральной Азии: в Казахстане, Кыргызстане, Узбекистане, Таджикистане, Туркменистане.

Понятие «мягкая сила» выдвинул американский политолог Дж. Най в 1970-е годы. По его мнению, «Мягкая сила» «это способность получить то, чего желаете, с помощью притяжения, а не принуждения или платежей» [1].

Для реализации политики «мягкой силы» используются такой инструмент, как культурная дипломатия.

Термин культурная дипломатия впервые появляется в 1930-х годах. Американский советолог Ф. Баргхорн ввел термин культурная дипломатия для обозначения манипуляций культурой в целях пропаганды [2]. М. К. Камминс предложил более широкое определение, согласно которому культурная дипломатия – это не что иное, как культурный обмен для достижения взаимопонимания между государствами и народами [3].

Культурная дипломатия, в отличие от внешней культурной политики, может использоваться как государственным сектором для достижения национальных интересов, так и неправительственными организациями (НПО, т. е. частным сектором, для достижения личных интересов). В случае использова-

ния данного вида дипломатии частным сектором, результат будет иметь значение и для государства.

Потенциал мягкой силы Турции обусловлен историческим, географическим и этническим фактором.

С приходом к власти Партии справедливости и развития (ПСР) внутренняя и внешняя политика Турции прошла значительную трансформацию. Шлыков П. В. отмечает, что «Турция открыла для себя потенциал и возможности культурной дипломатии и стала активно ее использовать как инструмент по купированию негативного образа страны или механизм наращивания своего присутствия на региональном и глобальном уровне» [4].

В настоящее время руководство называет концепцию своей внешней политики как «Предприимчивая и гуманная политика». Основа данной концепции была сформулирована Мустафой Кемалем Ататюрком, основателем республики. При развитии Турции М. К. Ататюрк руководствовался целью «Мир в стране, мир во всем мире» [5]. Такая формулировка показывает, что во внешней политике Турция делает ставку на мягкие рычаги воздействия, при этом стараясь не использовать «жесткую силу» для достижения поставленных задач. На основе этого, можно сделать вывод, что Турецкая Республика делает большой акцент на мягкую силу, в рамках которой и используется такой инструмент как культурная дипломатия. «Культурное продвижение является неотъемлемой частью внешней политики и поэтому должно следовать ее приоритетам» [6].

Институционализация культурной дипломатии произошла в 2010 г. В тот год было сформировано Координационное управление общественной дипломатии (Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü, KDK). Помимо данного управления, вопросами публичной и культурной дипломатии занимаются и иные организации, которые являются околосударственными, поскольку их деятельность положительно влияет на развитие культурной дипломатии государства.

Политический институт культурной дипломатии KDK не только координирует деятельность НПО, но и помогает в реализации их проектов, инвестируя в них дополнительные средства.

Главными агентами культурной дипломатии Турции являются такие организации как: Турецкое агентство по международному сотрудничеству и развитию (ТИКА), Парламентская ассамблея тюркоязычных стран (ТюркПА), Международная организация тюркской культуры (ТЮРКСОЙ «была основана в 1993 году, в результате соглашения министров культуры Азербайджана, Казахстана, Кыргызстана, Узбекистана, Туркменистана и Турецкой Республики» [7]), Тюркская академия, турецкий культурный центр Тумер (TTÖMER) и фонд Юнуса Эмре.

Одной из первых структур культурной дипломатии Турции стал фонд Юнуса Эмре. Он был создан в 2007 году как организация по продвижению турецкого языка, культуры и истории. Помимо продвижения, данная организация упорядочила обмен студентами между Турцией и иностранными государствами. Фонд координировал различные культурные центры за рубежом и де факто объединил их в единую сеть [8].

Фонд Юнуса Эмре создал проект, который получил название Институт Юнуса Эмре. Юридически данный фонд и институт является неправительственной организацией, однако на деле он неразрывно связан с государством.

Турецкое агентство по сотрудничеству и координации (ТІКА) основано в 1992 году. «И если в 2002 году число офисов ТІКА по всему миру составляло 12, то по состоянию на 2022 год эта цифра возросла до 62» [9]. Проекты данного агентства реализуются в интересах государства в рамках модели сотрудничества в области развития тюркского типа. ТІКА неоднократно заявляет, что одной из целей ее деятельности является «улучшение сотрудничества в целях развития в Центральной Азии» [10].

С обретением независимости “тюркским миром”, после распада Советского Союза, Турция предполагала распространить свое влияние в странах Центральной Азии. Политическая идеология, лежавшая в основе таких амбиций Турции – пантюркизм (идея об объединении всех тюрков и создания единого тюркского государства – Великий Туран).

Несмотря на общее тюркское происхождение, республики Центральной Азии не хотели вновь оказаться под чьим-либо влиянием. Именно поэтому пантюркистская идеология «не понравилась большинству из них» [11].

Из-за нехватки экономических и политических ресурсов Турецкая республика не имела возможности реализовать свои амбиции в Центральной Азии. В связи с этим, фокус Турции начал смещаться в сторону культурной дипломатии.

Идеология пантюркизма претерпела изменения в связи с трансформацией геополитических процессов, в которых государственный суверенитет является незыблемым, а притязания на территории других государств осуждаются со стороны международного сообщества. Целью Турции стало распространение и укрепление своего влияния с помощью мягкой силы.

В настоящее время Турция и тюркские страны Центральной Азии являются стратегическими партнерами. Их взаимодействие вышло за рамки двухстороннего сотрудничества с образованием международной Организации тюркских государств.

В Казахстане действует большое количество агентов культурной дипломатии Турции. В 1992 был запущен проект «Great Student». Данный проект выдает гранты и стипендии на обучение. Согласно статистике Информационной системы управления высшим образованием за 2018–2019 гг., количество казахстанских студентов, обучающихся в Турции, составляет 2191 человек [12]. Следует также отметить, что на территории Казахстана существует Международный Казахско-турецкий университет им. Ходжи Ахмета Яссави.

Институт Юнуса Эмре начал свою деятельность в Республике Казахстан с открытия филиала в 2010 году в Астане. Казахстан, единственная страна в Центральной Азии, где в настоящее время продолжает свою деятельность филиал Института Юнуса Эмре.

Турецкие сериалы и весь кинопрокат Турции является достаточно эффективным агентом распространения культуры на территории Казахстана [13]. Турецкие сериалы показывают даже на государственных каналах. Их можно увидеть по таким телеканалам казахского телевидения как: «Хабар», «31», «Астана», «Казахстан», «КТК» и др [14].

Турция активно продвигает турецкий язык в Республике Казахстан, в рамках проекта «Тюркология». Согласно статистике Турецкого совета по высшему образованию, «с 1992 года из Казахстана в Турцию на бесплатной основе было отправлено 3150 человек для обучения в местных университетах, из них 1388 полностью завершили учебу, а 658 студентов продолжают ее» [15].

Также, как и в Казахстане, Турция распространяет свои интересы на территории Кыргызстана. Начало сотрудничества Турции и Кыргызстана было проложено в 1991 [16]. А уже в 1993 году был открыт Бишкекский офис ТюркПА [17].

Наиболее приоритетным из всех направлений сотрудничества для Турции является образовательная сфера. В Кыргызстане работают турецкие школы, а также Кыргызско-турецкий университет «Манас». Создание университета было профинансировано Турецкой Республикой [18]. В рамках данного университета была разработана программа обмена студентов в целях формирования протурецкой политической элиты.

В рамках «Тюркологии» в Кыргызско-узбекском государственном университете была открыта кафедра турецкого языка и литературы, турецкий культурный центр в университете Нарын [19].

Для распространения турецкого языка в Бишкеке на базе университета «Манас» был открыт турецкий культурный центр Тумер (TTÖMER). По данным 2019 года слушателями курсов, которые организуются Центром обучения турецкому языку (TTÖMER) в Кыргызстане за 22 года, стали почти 50 тысяч человек [20].

В Узбекистане Турция также ведет свою политику «мягкой силы» в рамках таких организаций как: ТЮРКСОЙ, Организация тюркских государств, ТИКА. Помимо деятельности данных организаций, в 1991 году был открыт турецкий национальный культурный центр в Бухарской области, а в 1997 г. Турецкий национальный культурный центр Узбекистана «Ахисха». На сегодняшний день в его структуру входят отделения в Бухарской и Самаркандской областях. Данный центр также направлен на распространение культуры Турции в Узбекистане. Результаты деятельности культурной дипломатии Турции в Узбекистане могли бы быть в большем количестве. Однако начиная с 1994 года, сотрудничество между государствами сократилось и стало улучшаться лишь с приходом к власти Ш. Мирзиёева в Узбекистане.

Народ Туркменистана является наиболее близким к Турецкой Республике в этническом плане.

Проведение Турцией политики «мягкой силы» в Туркменистане осложнено закрытостью страны и нейтральным статусом государства. Несмотря на это, деятельность Турции имела свои плоды в форме фестивалей, которые проходят в рамках саммитов тюркоязычных государств.

В 2013 г. по инициативе президента в столице в Ашхабаде прошла международная конференция и фестиваль «Культурное наследие тюркских народов». В сравнении с Казахстаном можно заметить, что власти Туркменистана ограничивают активность турецкой культурной дипломатии.

Важной составляющей политики «мягкой силы» Турции в Туркменистане является образовательная сфера. Деятельность турецкой культурной дипломатии в данной сфере также ограничена. На территории Туркменистана

работает лишь одна туркмено-турецкая школа им. Кемала Ататюрка и один Международный туркмено-турецкий университет.

Несмотря на ограниченное количество турецких образовательных учреждений в Туркменистане, турецкое образование является привлекательным для туркмен. В 2010-х годах туркменские студенты занимали второе место по численности в турецких вузах, а в 2021 г. заняли первое место, обойдя даже Азербайджан.

Культурная дипломатия Турции в Туркменистане не может быть столь эффективной как в Казахстане или Киргизии в связи с установленным режимом в стране и искусственным ограничением турецких культурных организаций в стране со стороны Ашхабада. Вероятно, что со сменой политического режима, политика Турции будет иметь больший успех. Однако, кардинальных изменений в политическом строе Туркменистана в ближайшие годы не намечается.

Этнически, Таджикистан ближе к Ирану, поэтому культурная дипломатия Турции в данной стране отличается от той, что реализуется в других государствах Центральной Азии.

В основном культурная дипломатия Турецкой Республики в Таджикистане реализуется в рамках деятельности организации ТІКА. С 1995 года агентство реализовало более 500 проектов в республике. «Турция до сегодняшнего времени оказала материальную помощь Таджикистану в объеме около \$90 млн., 60 % которых осуществляется в рамках деятельности ТИКА» [21].

ТІКА активно реализует проекты, связанные с сельским хозяйством для развития таджикско-турецких отношений в данной сфере. Так, в марте 2023 года предоставила учебно-производственную теплицу в кампус Университета Зираат, единственного университета в Таджикистане, который проводит исследования в области сельского хозяйства. «ТІКА, которая реализует проекты, вносящие вклад в стратегию страны, поддерживает обучение рабочей силы, необходимой для сектора, который, как ожидается, продемонстрирует большое развитие в ближайшие годы».

Несмотря на культурные и этнические отличия между двумя государствами, Турции всё же удастся проводить культурную дипломатию в Таджикистане, хоть и не столь активную, как в тюркоязычных странах.

Основываясь на идеях пантюркизма и используя тюркское происхождение, Турецкая Республика смогла добиться стратегического партнерства с тюркоязычными республиками. Взаимодействие Турции со странами Центральной Азии происходит не только на двухстороннем уровне, но и в многостороннем формате. Главным результатом деятельности агентов культурной дипломатии Турции стало создание Организации тюркских государств. Данная организация перевела отношения Турции с центральноазиатскими республиками на новый уровень. Членами ОТГ стали Казахстан, Узбекистан, Кыргызстан, а также Туркменистан в роли наблюдателя.

Список использованных источников

1. Nye J. S. Soft power: the means to success in world politics // New York: Public Affairs, 2004. – 191 p.

2. Barghoorn F.C. The Soviet Cultural Offensive. The role of Cultural Diplomacy in Soviet Foreign Policy // Princeton, New Jersey: Princeton University Press, 1960. – 376 p.

3. Дипломатия: наука и искусство // Дипломатический вестник. – 2000. – №10. – С. 47-50.

4. Шлыков П.В. Собирая «пространство общей истории»: феномен культурной дипломатии Турции в XXI в. // Ломоносовские чтения. Востоковедение и африканистика (Москва, 14–22 апреля 2022 г): материалы научной конференции / Институт стран Азии и Африки/ отв. ред. А. А. Маслов – М.: ИСАА МГУ имени М.В.Ломоносова, 2022. – С.337-340.

5. Türkiye'nin girişimci ve insani dış politikası [electronic recourse] // Türkiye Cumhuriyeti Dışişleri Bakanlığı. URL: <https://www.mfa.gov.tr/genel-gorunum.tr.mfa> (last request: 01.11.2023).

6. Promotion of Türkiye Abroad [electronic recourse] // Ministry of foreign Affairs Republic of Türkiye // - URL: <https://www.mfa.gov.tr/promotion-of-turkiye-abroad.en.mfa> (last request: 01.11.2023).

7. История ТЮРКСОЙ [electronic recourse] // International organization of Turkic culture TURKSOY // - URL: <https://www.turksoy.org/ru-RU/istoriya-tyurksoj> (дата обращения: 01.11.2023).

8. Лукьянов Г., Кулиева Н., Миронов А. Политика Турции в ЦА: обоснованы ли амбиции? [Электронный ресурс] // РСМД, 2022. URL: <https://russiancouncil.ru/analytics-and-comments/analytics/politika-turtsii-v-tsa-obosnovany-li-ambitsii/> (дата обращения: 29.10.2023).

9. Çetinkaya V., Keskin O. Турецкое агентство ТІКА: 30 лет успешных достижений [электронный ресурс] // Anadolu Ajansı. URL: <https://www.aa.com.tr/ru/мир/турецкое-агентство-tika-30-лет-успешных-достижений/2485859> (дата обращения: 01.11.2023).

10. Annual report 2019 [electronic recourse] // Ankara: Turkish cooperation and coordination agency, 2019. URL: <https://www.tika.gov.tr/upload/sayfa/publication/2019/TIKAFaaliyet2019ENGWebKapakli.pdf> (last request: 01.11.2023).

11. Zeeshan Fida. “Central Asia’s Place in Turkey’s Foreign Policy.” Policy Perspectives, vol. 15, no. 1, 2018, pp. 113–25. JSTOR. – URL: <http://www.jstor.org/stable/10.13169/polipers.15.1.0113>. (last request: 23.11.2023).

12. Talдыbayева D. Turkey’s Public Diplomacy Activities in Kazakhstan // Eurasian research institute, 2020. URL: <https://www.eurasian-research.org/publication/turkeys-public-diplomacy-activities-in-kazakhstan/> (last request: 29.10.2023).

13. Зубкова А. И. Мягкая сила Турции: феномен «Soap Power» как инструмент культурной дипломатии // Вестник РУДН. Серия: Политология. – 2015. – №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/myagkaya-sila-turtsii-fenomen-soap-power-kak-instrument-kulturnoy-diplomatii> (дата обращения: 31.10.2023).

14. Турецкие сериалы, которые показывают в Казахстане [электронный ресурс] // Яндекс Дзен. URL: <https://dzen.ru/media/agentpro/tureckie-serialy-kotorye-rokazyvaiut-v-kazahstane-5e82412dfc87c305e2943e35>, (дата обращения: 02.11.2023).

15. Kukeeva, F. et al. public diplomacy and soft power of Turkey in Kazakhstan. International Relations and International Law Journal, [S.l.], Vol. 86. – No. 2. – P. 21.

16. Протокол об установлении дипломатических отношений между Республикой Кыргызстан и Турецкой Республикой (г. Москва, 23 декабря 1991 г.).

17. Дегер К. Сотрудничество Турции и Кыргызстана // Символ науки. – 2016. №3-4. – С.198–200.

18. Соглашение между Правительством Кыргызской Республики и Правительством Турецкой Республики об открытии в Бишкеке Кыргызско-Турецкого Университета имени “Манас” (г. Измир, 30 сентября 1995 г.).

19. Иманалиев У. К. Политика «мягкой силы» Турции в Кыргызстане // Азия и Африка сегодня. – 2016. – № 8(709). – С.48-53 с.

20. Турецкий язык выучили более 50 тыс жителей Кыргызстана [электронный ресурс] // URL: <https://www.aa.com.tr/ru/заголовки-дня/турецкий-язык-выучили-более-50-тыс-жителей-кыргызстана/1376104>, (дата обращения: 02.11.2023).

21. Tacikistan'da altın ve pamukta işbirliği imkanlarımız çok' [electronic recourse] // URL: <https://www.dunya.com/ekonomi/tacikistanda-altin-ve-pamukta-isbirligi-imkanlarımız-cok-haberi348774> (last request: 03.11.2023).

TURKEY'S CULTURAL DIPLOMACY IN CENTRAL ASIAN COUNTRIES

A. Shchetinina

This article examines the mechanisms of cultural diplomacy in Turkey and the activities of cultural promotion agents in certain Central Asian countries. Turkey's interests in Central Asian countries were initially based on the political ideology of pan-Turkism. However, in the modern world, the probability of implementing such a concept is reduced to zero. The Republic of Turkey uses ethnic and linguistic kinship to conduct cultural diplomacy in Kazakhstan, Kyrgyzstan, Uzbekistan and Turkmenistan. The exception is Tajikistan, which is ethnically closer to Iran. To implement the policy of "soft power", the Republic of Turkey uses not only bilateral, but also multilateral cooperation.

Keywords: soft power, cultural diplomacy, image of the state, pan-Turkism, Central Asia, Turkey, international cooperation, education, institutionalization.

Сведения об авторе:

ЩЕТИНИНА Александра Анатольевна – студент, Санкт-Петербургский государственный университет, (г. Санкт-Петербург, Россия), st110970@student.spbu.ru

УДК 231. 01:304.444

РУССКИЕ СЕКТАНТЫ И РУССКИЕ ПОЭТЫ

И. В. Янишевская

В статье рассмотрен феномен народного сектантства в России конца XIX – начала XX в. Одно из проявлений этого феномена – духовные поиски части православного населения, которые приводили людей, разочарованных официальной Церковью, к поискам «истинной религии». Автор анализирует взгляды Мережковских. Они считали, что основой религиозной общественности может стать русский народ как носитель Христова начала.

Ключевые слова: мистическое сектантство, богоискательство, церковь, интеллигенция, религиозная общественность.

Вероисповедальная ситуация в Российской империи была противоречивой и сложной. Русское сектантство – феномен, являющийся закономерным атрибутом истории России. Это – уникальное социальное явление, существовавшее в разных общественно-политических и экономических условиях, проявлявшееся в различных формах и ориентированное на изменение состояния общества.

На рубеже XIX–XX веков происходит всплеск богоискательства и сектантских движений в России. Общее число сектантов и раскольников (то есть старообрядцев), по данным переписи 1897 года, превышало два миллиона человек. Возможно, таковых было гораздо больше — по отдельным оценкам, до шести миллионов человек: далеко не все опрашиваемые были готовы говорить о своих религиозных убеждениях [4].

Духовная атмосфера в это предреволюционное время в России была весьма специфической. Начался масштабный социальный кризис: ломались социально-политические стереотипы, бывшие крестьяне, переехавшие в города и вовлеченные в индустриализацию, потеряли ощущение «почвы» и структурированности их социальной жизни. Снятие привычных социально-ролевых клише, возраставшая необходимость самостоятельно формировать социальные стратегии заостряла экзистенциальные чувства людей, способствовала пробуждению массовой тоски по Богу [4].

Каким бы многообразием ни удивляло нас русское сектантство, но основа его – религия Иисуса Христа, поэтому уместно рассматривать сектантство как народное богоискание. Возникновение новых сект связано с попыткой найти собственный, специфический путь к спасению. Каждая секта полагает своё учение единственно правильным. А последователи искренне считали, что именно их лидер получил Божественный Дар Откровения, и его ролью является реформирование существующих традиций.

Общее для любой секты - бегство от мира, который «во зле лежит». Церковь, по мнению отошедших от неё людей, не справляется с теми задачами, которые были, ей поручены. И если Церковь официальная настроена на то, чтобы привести всех к вратам Рая, то для секты характерна миссия по спасению исключительно своих адептов.

Поскольку правительство русское религиозное разномыслие упразднить не могло, оно постаралось его структурировать. В декабре 1842 года последовало от Св. Синода распределение сект на три категории: «вреднейшие» (хлысты, скопцы) «вредные» (беспоповцы) и «менее вредные» «поповщина» т. к. предполагалось, что «это не ересь, а раскол» [6].

Кроме того, существовало и иное деление: на секты «рационалистические», как правило, протестантского направления и «мистические». Для последних был характерен поиск возможности непосредственного общения с Богом. «Сердце каждого истинного христианина признается обиталищем Святого Духа. На этой ступени вера разрывает всякую связь с преданием и с Писанием, следовательно, вообще сходит с почвы положительной, открытой религии и превращается, в так называемое, духовное христианство» [6; с.102].

Многие исследователи русского разномыслия полагали принадлежность к сектантству связанностью с особым образом мышления русского народа. Эта черта «особенность» или «исключительность» экстраполировалась и на природу русских сект, в которых вероучительный синкретизм объединил религиозные и политические идеи.

Духовное ведомство проблему осознавало. Были даже разработаны специальные правила общения с сектантами и раскольниками. Их должно было воспринимать как «заблудших», а не как «богомерзких еретиков» и воспитывать «собственным примером строгой, не укоризненной, христианским пастырям приличной, благочестивой жизни, исполненной духа. <...> Удалиться в житии своём от всего того, что могло бы дать пищу предосудительным толкам и злословию» [5].

Иллюстрацией к тому, как «работала» эта традиция взаимоотношений между священством и русскими сектантами различных «толков» служат воспоминания З. Н. Гиппиус, после посещения ею «места скопления» раскольников и сектантов в Нижегородской губернии. «Батюшки – они стараются <...> и усердные есть, а только не вникают, к чему им. <...> Он, батюшка-то, заранее себе положил, что я в каждом словечке заблудший, а у него вся Божья истина. <...> Хочешь – бери, не хочешь – оставайся заблудшим», – объяснял Гиппиус представитель одного из «согласий» [2].

Попытка создания Мережковскими религиозной общности на базе Религиозно-Философских Собраний успехом не увенчалась, однако, поставившие перед собой цель построения истинной Церкви, «чтобы все люди объединились в одну веру» [2] философы-символисты, отправились на поиски тех, кто их сможет поддержать, видя народ «носителем Христова начала».

Богоискателей-интеллигентов поразила возможность свободного общения с людьми из народа, их способность к восприятию чужих мыслей, как попытке заполнить информационный вакуум, этот естественный атрибут деревенского жителя. «Заговорили о конце мира и Втором Пришествии. Радуются, понимают с полуслова наш неумелый, метафизический, книжный язык, помогают нам, переводят на свой, простой. Обо всем, о чём мы думали, читали, печалились – думали и они у себя, в лесу, и может быть глубже, серьезнее, чем мы» [2].

Жадные расспросы о том, «что написано в книгах, что думают другие «образованные люди» о грядущем указали на сходство в направлении поиска

и подобии возникающих на пути проблем. При очевидной разнице в образовании, социальной среде, уровне жизненных потребностей, оказалось, что местным «ищущим» приходится бороться с невежеством, которое стоит на месте религии. Та часть интеллигенции, представителями которой в Керженских лесах выступали Мережковские, тоже борется, но с рационализмом, скепсисом, религиозным равнодушием, потому что, вопросы веры являлись доминирующими не для всех.

С горечью Гиппиус констатировала, что даже при наличии внутренних разногласий и редких, но регулярных ежегодных встречах, «богоискателям» из народа гораздо легче, чем «ищущим Бога» от интеллигенции. «Их много, - пишет Гиппиус, - они вместе, - а мы немногие живем среди толпы, которая встречает всякую мысль о Боге грязной усмешкой или подозрением в ненормальности» [2].

Единение с народом – это не утопия. Важна лишь правильная акцентуация и оформленное, а не наигранное желание понять, а что, собственно, нужно. Прецедентом стал случай с поэтом «практиком от декадентства» А. М. Добролюбовым (1876–1945). Отойдя от «порочности» декаданса, в самом конце XIX века Добролюбов обратился к вере. По воспоминаниям современников, «утончённейший эстет превращается в странника-аскета, по слухам, носившего на голом теле вериги» [7; с. 160]. Со временем появилось новое религиозное направление «добролюбовцев», о мрачном характере которого имеется много воспоминаний.

Единственной направляющей силой в его творчестве был инстинкт. Чтобы реализовать свой замысел создания собственного мира за пределами человеческих эмоций и идей, за пределами тела и разума, этому человеку пришлось избрать, как наиболее целесообразный путь, всеохватывающие делаение, вхождение в те состояния изменённого сознания, которые можно назвать тайновидением и тайноделанием, и которые были известны истинным мистикам всех возрастов. Он создал собственную секту и возглавил её.

Зинаида Гиппиус так говорит об этом экс-декаденте: «Добролюбов «ушёл». Такие «уходы» — не пропадание: это лишь погружение в море российское, из которого обычны краткие временные выплывания. /.../ Декадент-Добролюбов нырнул глубоко, выплыл не скоро, и выплыванья его были не часты, кратки. Он являлся босой, в армяке, с такими же своими «учениками». Сидели все на полу, мало разговаривали, а когда их спрашивали, — то, немногословно ответив, прибавляли: «Брат мой, помолчим». Так Добролюбов приходил один раз к Брюсову, другой раз к нам. Что это была за секта — никто путём не знал. Говорили только, что там «все сидят, поникши». И что «учеников» у Добролюбова было очень много» [1]. Мы видим, что обладатель безусловной харизмы декадент стал религиозным сектантом, ушел в народ «проповедником Божьим». Пример не только истинного народничества, но и воплощённого жизнотворчества.

Интересно, что Добролюбов до того опростился, что случайно оказался мистификатором. Толстой очень восхищался тем уникальным видом христианского пацифизма, который проповедовал Добролюбов. Не разделяя мистицизма Добролюбова, Толстой очень уважал его «благородный, христианский образ жизни», манеру, которая в своё время обманула Толстого. По словам Д. Мережковского: «Однажды Толстого посетил неизвестный молодой человек

в крестьянской одежде. Во время долгого разговора на типичные для такого визита темы: вера, Бог, Евангелие, Толстой как человек знавший крестьян, в глубине души принял его за крестьянина-сектанта. Однако позже оказалось, что это известный поэт-символист Александр Добролюбов. Сохранилась дневниковая запись Толстого: «Здесь был Добролюбов, человек христианского пути. Он мне понравился» [10, Р. 296].

Существует мнение, что не только Александр Добролюбов был связан с русским сектантством. К примеру, Владимир Злобин – многолетний секретарь и друг З. Н. Гиппиус полагал, что она была вхожа в среду христововеров. Его уверенность основана, во-первых, на дневниковой записи З. Н. Гиппиус 1893 или 1894 года: «Пойду к х-там. Ведь я записана в Думу», что является несомненной мистификацией. Во-вторых, на информации о выдуманной «хлыстовской сатанинской Думе», про которую Злобин прочитал в одном из романов А. В. Амфитеатрова (1862–1938). В-третьих, собственно, на рассказе самой Гиппиус – «Сокатил», «где с большим знанием дела описано хлыстовское радение» [3].

«Безусловно, на хлыстовское собрание, при определенном стечении обстоятельств, З. Н. Гиппиус могла быть приглашена, как, в свое время был приглашен В. В. Розанов на хлыстовское чаепитие, но на радения допускались только «свои». Радению мог предшествовать недолгий пост, но это не было обязательным. Мало кому из посторонних удавалось побывать на хлыстовских радениях, отсюда и домыслы, касающиеся обрядовой стороны культа. Однако исторических фактов и документов, подтверждающих подобные экзерсисы, нет. Основным пунктом учения Хлыстов являлась их теория о мистическом возрождении человека при помощи Духа Святого. Кормчие или «живые боги» – это люди, отмеченные Святым Духом, носители божественной благодати. По учению Хлыстов, Бог постоянно воплощается в наиболее достойных людях; это воплощение есть стремление сблизить Бога и человека. Каждый делает себя Христом – Сыном Божьим сам, чем и обуславливается искупление грехов. Так появляются «живые боги», «живые Христы», «живые Богородицы». Но Дух Святой может снизойти на простого хлыста. Для этого существовали радения (в понимании обыденном) - торжественные моления с экстатическими танцами, куда собирались все члены общины (согласно пониманию самих христововеров - аналог «беседы апостольской») [9].

Зная жанровую специфику русской философской мысли, её публицистичность и литературность, мы можем отметить, что вопросы веры волновали З. Н. Гиппиус не только в рамках столичной локальности. Способность автора «интересоваться всем интересным» привела Мережковских к непосредственному знакомству с русскими сектантами-мистиками. Однако склонность Гиппиус к мистификациям, вполне могла привести к тому, что обычное литературное произведение, она позиционировала как своеобразно обработанный «репортаж с места событий». Отсюда в рассказе и иллюстрация «свального греха», которого быть не могло, в силу установки христововеров: «неженатые не женитесь, а женатые разженитесь. Живи с женой как с сестрой» [8].

Но разнообразные домыслы не мешали чете Мережковских видеть в народе огромный духовно-возрожденческий потенциал, чье отсутствие стремления к развитию, способно привести Россию к духовной гибели.

Список использованных источников

1. Гишпиус З. Н. Дмитрий Мережковский. [Электронный ресурс] // URL: http://www.modernlib.ru/books/gippius_zinaida/dmitriy_merezhkovskiy/read/ (дата обращения 28.09.2023).
2. Гишпиус З. Н. Светлое озеро. Дневник. [Электронный ресурс] // URL: <http://gippius.com/lib/short-story/svetloe-ozero.html> (дата обращения 28.09.2023).
3. Злобин В. А. Тяжёлая душа. [Электронный ресурс] // URL: http://gippius.com/about/zlobin_tyazhelyaya-dusha.html (28.09.2023).
4. Кнорре Б. Народное богоискательство: толстовцы, хлысты и другие секты. – URL: <https://arzamas.academy/materials/1322> (дата обращения 28.09.2023).
5. Липранди И. П. Краткое обозрение существующих в России расколов, ересей и сект. [Электронный ресурс] // URL: http://www.gumer.info/bogoslov_Buks/History_Church/Article/lipr_krobozr.php (дата обращения 28.09.2023).
6. Милюков П. Н. Очерки по истории русской культуры в 3-х тт.: т 2, ч.1, М.: Прогресс, 1994. – С.102.
7. Русская литература XX века (1890–1910). Под ред. Проф. С. А. Венгерова. М., «Издательский дом XXI век – согласие», 2000. – С.160.
8. Эткинд А. М. Хлыст. Секты, литература и революция. [Электронный ресурс] // URL: <https://books.google.ru/books> (дата обращения 28.09.2023).
9. Янишевская И.В. Религиозная общественность и церковь грядущего: поиск Мережковских [Электронный ресурс] // Вестник ЛГУ им. А. С. Пушкина. – 2014. – №1. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/religioznaya-obschestvennost-i-tserkov-gryadushego-poisk-merezhkovskih> (дата обращения 28.09.2023).
10. Reeve F.D. Dobroljubov and Brjusov: Symbolist Extremists. // The Slavic and East European Journal. – Vol. 8. – No. 3 (Autumn, 1964). – P. 296.

RUSSIAN SECTANTS AND RUSSIAN POETS

I. Yanishevskaya

The article discusses the phenomenon of grassroots sectarianism in Russia in late 19th – early 20th centuries. One of its manifestations was the spiritual quest of the Orthodox population that forced people disillusioned in the official Church to search for the "true religion". The author analyses the Merezhkovskys' views. They believed that Russian people as 'carriers of the Christ's principle' could become the basis of the new religious community.

Keywords: mystical sects, God-seeking, church, intellectuals, religious community

Сведения об авторе

ЯНИШЕВСКАЯ Ирина Валентиновна – старший преподаватель кафедры социально-политических наук, Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича, (г. Санкт-Петербург, Россия), yanishevskayaiv@yandex.ru

III. СОВРЕМЕННАЯ ФИЛОЛОГИЯ И ПРОБЛЕМЫ ПРЕПОДАВАНИЯ ФИЛОЛОГИЧЕСКИХ ДИСЦИПЛИН СТУДЕНТАМ НЕФИЛОЛОГИЧЕСКИХ ФАКУЛЬТЕТОВ

УДК 81'42+811.161.1

ФЕНОМЕН «БЕЛОГО ПАЛЬТО» КАК МАРКЕР СКРЫТОЙ АГРЕССИИ В ЧИТАТЕЛЬСКИХ КОММЕНТАРИЯХ В ОНЛАЙН-КОММУНИКАЦИИ

О. В. Абыякая

Работа посвящена особенностям комментариев пользователей в социальных сетях и скрытых способах выражения агрессии. Определена структура комментария, который может быть отнесен к феномену «белого пальто». Продемонстрировано, в каких ситуациях устойчивое словосочетание *белое пальто* используется для выражения негативной оценки собеседника и положительной самопрезентации комментатора. Результаты исследования показали, что потенциально агрессивный комментарий строится по следующей схеме: 1) собеседник выражает удивление по поводу наличия у оппонента недостатков или обсуждаемой проблемы, 2) собеседник приводит подробное описание своей ситуации, в которой данной проблемы не существует или же он с ней успешно справляется. Данные высказывания квалифицируются как содержащие скрытую агрессию, т. к. имеют своей целью осуждение другого и акцентирование собственного превосходства.

Ключевые слова: мем, неофразама, комментатор, собеседник, топикстартер, негативная оценка, самопрезентация, речевые маркеры агрессии, ирония, токсичный.

Словосочетание *белое пальто* – одно из самых частотных выражений последнего времени. Картинка, изображающая известного политика В. И. Новодворскую с плакатом «Вы все дураки и не лечитесь! Одна я умная, в белом пальто стою красивая!», появилась в сети и была популярна около десяти лет назад. Мем «белое пальто» стал использоваться в ситуациях, когда люди демонстрировали собственное превосходство. С течением времени интернет-мемы, пройдя период «коммуникативной экспансии» (М. А. Кронгауз), часто исчезают, поскольку перестают быть интересны, выражение же «белое пальто» сохранилось, но изменило свой статус, перестало быть мемом, войдя «в плоть языка и коммуникации» [1].

Главная сфера употребления неофраземы *белое пальто* – это читательские интернет-комментарии. В медиадискурсе читательский интернет-комментарий представляет собой вербальную реакцию на некоторое положение дел или некоторый текст и образует, по мнению исследователей, особый речевой жанр, системно связанный с новыми сферами общения [2]. Являясь жанром медиатекстов, комментарии позволяют получить представление о состоянии общества, его ценностных ориентирах, сделать вывод о тенденциях коммуникации и о феноменах современной культуры в целом [3, с. 276]. Среди основных функций читательского комментария исследователи называют поддержание коммуникации, уточнение информации, оценочную квалификацию и самовыражение [2, с. 4].

Выражение *белое пальто* используется в качестве оценочной характеристики тех авторов, которые осуждают или критикуют других с позиции сверху и при этом подразумевают или прямо указывают, что обсуждаемые недостатки к ним не относятся.

В примере, приведенном ниже, вместо ответа на конкретный вопрос автора (Татьяны) о наиболее удобных для уборки кухни швабрах комментатор (Лена) начинает анализировать причины беспорядка и приводить в пример свои методы уборки, хотя такого запроса у автора поста не было.

Лена: Я не понимаю, почему вы надраиваете пол каждый день

Татьяна: Потому что он сильно пачкается

Лена: Я это и пытаюсь понять. Немаркая на вид плитка. Вы в обуви, покрытой слоем грязи там ходите? Или мокрые руки во время готовки стряхиваете постоянно? Или смахиваете крошки и ошметки на пол со столешницы? В любом случае, подмести и протереть такую мизерную площадь займет 27.5 секунд.

Моя кухня в 10 раз больше. Готовим по 3 раза в день. Плитка светлее вашей. Есть 2 прорезиненных коврика. Мою шваброй раз в месяц, а то и реже. Ночью туда заезжает немоющий пылесос

Комментарий состоит из двух частей: 1) удивление (*я не понимаю, почему вы*); 2) рассказ о себе. В первой части комментатор задает так называемые «уточняющие вопросы», которые создают неприглядную картину: на очень маленькой кухне (*мизерной*) люди ведут себя крайне неаккуратно (*слой грязи, смахиваете крошки и ошметки на пол*). Во второй части комментатор подчеркивает больший размер своей кухни (*в 10 раз больше*), ее постоянное использование (*готовим 3 раза в день*), трудности при уборке (*плитка светлее вашей*), то есть противопоставляет себя, свое материальное положение и свои навыки хозяйки автору вопроса. Очевидно, что функция анализируемого комментария – это не ответ на вопрос, а оценка и самовыражение, самопрезентация.

Автор вопроса (Татьяна) оценивает данный комментарий как высокомерный и уничижительный, а самого комментатора (Лену) – как владельца «белого пальто»:

Татьяна: Можно вопрос – зачем вы мне все это рассказываете? Зачем мне знать, какая ваша кухня? Зачем мне писать, что площадь помещения никакая? Чтобы я ощутила свою ничтожность, потому что у меня кухня 18 квадратов, а не 180? Мне нафиг не нужна кухня в 180 квадратов, мне своей хватает выше крыши. Чтобы я поняла какая вы супер хозяйка – гото-

*вите 3 раза в день, а пол моете раз в месяц? Bravo, ... **медальку вам на белое пальто**. Проблема только в том, что я спрашивала про швабры. Все. Я не спрашивала, какого размера у кого кухня и кто сколько раз в месяц ее моет.*

Следует отметить, что выражение *белое пальто* в данном контексте содержит скрытую иронию, отрицательная оценка присутствует имплицитно, что позволяет, с одной стороны, избежать открытого конфликта, но с другой стороны, владелец «белого пальто» может «не увидеть» отрицательную реакцию своего собеседника и продолжить дискуссию:

Лена: Что же вы так близко к сердцу принимаете? Мы, например, дома с улицы не сразу разуваемся. Кухней с белесой плиткой на полу (специально пересчитала – около 190 плиток 30x30 см у меня на полу кухни) пользуемся регулярно. Но каждый день на коленках точно достигаторски ничего не оттираем. Я реально пытаюсь понять, откуда у вас за день такой уровень грязи, что вызывает у вас дискомфорт (сравнение с бомжатником было из ваших уст) и желание на коленках оттирать ее. Абсолютно любая швабра должна справиться с поставленной задачей по идее.

В этой части комментатор эксплицитно выражает заботу об авторе (*Что же вы так близко к сердцу принимаете?*), обозначает свою вовлеченность и участие (*Я реально пытаюсь понять*), а на самом деле развивает мысль о неряшливости автора (*такой уровень грязи*). Автор (Татьяна) рефлексировывает скрытую агрессию и оскорбительный, обесценивающий характер данного комментария:

*Татьяна: Ок, раз вы так хотите... Вы на свой тон посмотрите и перечитайте свои сообщения. У вас **высокомерие** сквозит в каждой букве (плитка немаркая (то есть вы искренне считаете, что лучше меня знаете какая у меня плитка, а я, видимо, дура и все придумываю), площадь маленькая, причем можно же сказать что площадь небольшая, например, но вы предпочли использовать слово «никакая», и обязательно упомянуть свою «у меня в 10 раз больше», хотя понятно же что не может быть площадь кухни в 180 квадратов, идите пересмотрите свои методы готовки (зачем?)) я пытаюсь понять, почему это у вас там такая грязь (в обуви, покрытой слоем грязи ходите – естественно, мы же асоциальные, дома не разуваемся, вы же на это намекаете, да? И да, редкие свиньи – сразу все на пол стряхиваем, и крошки и ошметки,) и **обесценивание** моей проблемы, даже в последнем посте. Вам 27 секунд? Я рада. Мне нужно на коленках оттирать, поэтому я пришла посоветоваться по поводу швабр. Вам еще или вы все-таки выскажетесь по поводу швабр?*

Особенностью онлайн-коммуникации является возможность неограниченного числа участников. В анализируемом примере к дискуссии присоединяется новый комментатор (Ирина), которая возражает Татьяне, не соглашаясь с обвинениями в высокомерии и «белопальтовости». Отметим, что комментарий нового участника, который под видом ответа на вопрос выражает оценку описанной ситуации (в данном случае быстро загрязняющийся пол на кухне), строится по такому же принципу: 1) удивление в ответ на описание проблемы (*я тоже искренне не понимаю, откуда...? ... зачем их стирать?*) и 2) предложение своего, подходящего способа решить проблему:

*Ирина: Вам же нормально ответили, не увидела ни **высокомерия** ни **выгуливания белого пальто**. Я тоже искренне не понимаю, откуда у вас*

столько грязи. Да и коврики это прекрасная вещь... зачем их стирать? Они же не матерчатые. Типа мягкого линолеума или есть еще из рогожки, у нее вообще сквозь дырочки проваливается и ничего не видно. А пластиковый можно просто вытряхнуть вечером.

В следующем примере конфликтной ситуации, разворачивающейся в читательских онлайн-комментариях, оппоненты обмениваются оценочными суждениями в адрес друг друга. Маркерами скрытой агрессии выступают, в данном случае, выражения *возьми с полки пирожок* и *белое пальто*:

Надежда: Как отлично вы подобрали себе картинку

*Алия: Ну, штош, ок. Но вы подумайте, всегда ли хорошо для вас выяснять истину, когда контекст другой. И **возьмите с полки пирожок***

*Надежда: за ваши нравоучения в адрес незнакомого человека **вам корзина пирожков положена. Приятного аппетита.***

Надежда: А разве смысл поста с мемами это не смешные картинки? Сейчас эта картинка смотрится здесь именно как насмешка. Поэтому я и задала вопрос в первом комментарии: что здесь смешного?

Дело в контексте и уместности. В посте с мемами это выглядит странно. В посте с фото детских книжек – мило. А в тексте, посвященном карельскому языку, познавательно. И т.п.

*Алия: У вас очень **красивое белое пальто***

Выражение *возьми с полки пирожок* адресуют человеку, который навязчиво хвастается своими достижениями. «У вас очень красивое белое пальто» – очевидная ирония под видом похвалы, так комментатор реагирует на экспертный тон собеседника. Таким образом, собеседники имплицитно выражают свое раздражение, дискомфорт, негативное отношение друг к другу.

Отметим, что участники онлайн-коммуникации могут в любой момент заблокировать оппонента, в одностороннем порядке прекратить общение без объяснения причин. В данной онлайн-дискуссии один из комментаторов заблокировал второго, объявив его «токсиком» (так называют человека, который своим поведением вызывает у окружающих сильное раздражение, гнев, обиду, дискомфорт, который приносит негатив в отношения):

*Надежда: Написала и забанила, маладеи, **возьми еще один пирожок добавочный к той корзине.***

То, что у вас закончились аргументы, было сразу понятно. Но вы предпочли позориться до конца

*Алия: Нет, просто превентивно **блокирую токсиков.** Вот и сейчас)*

В таком виде общения, как виртуальное, пользователи сталкиваются с нехваткой языковых средств для обозначения появившихся понятий, связанных с данным типом вербального поведения и самовыражения, что требует новых лексических единиц [5, с. 11]. Эти причины объясняют появление таких наименований, как *токсик*, *белое пальто*, *блокировать*.

В приведенных контекстах прослеживается еще одна особенность – склонность комментатора намеренно искажать графическое написание слов (*маладеи*, *штош*), а также использовать стилистически сниженную, разговорную лексику (*ошметки*, *редкие свиньи*, *нафиг не нужна*). Собеседники прибегают к подобным единицам, которые указывают на их раздражение и гнев, избегая прямого оскорбления.

Таким образом, анализ читательских комментариев позволяет говорить о том, что необоснованная экспертная позиция оппонента, высокомерный тон, попытка самоутверждения за счет собеседника в большинстве случаев безошибочно опознаются остальными комментаторами и маркируются как «белое пальто», вызывают раздражение и дискомфорт, которые маскируются иронией, но в итоге ведут к конфликту, блокировке автора таких текстов, прекращению онлайн-дискуссии. Такие «белопальтовые» комментарии чаще всего имеют определенную структуру: 1) удивление, связанное с недостатками / проблемами топикстартера или другого комментатора, 2) описание своей ситуации, в которой такая проблема не существует, либо своего, заведомого лучшего, варианта решения проблемы. В ходе исследования нами были выявлены конструкции, которые опознаются читателями как маркеры позиции «белого пальто», например: «ой, я так не смогу», «не понимаю, как не убирать», «именно так всегда и делаю», «мой муж не ждет, сам всегда...» и др. Считаем перспективным дальнейшее исследование особенностей читательских комментариев в медиадискурсе.

Список использованных источников

1. Кронгауз, М. А. Мемы в интернете: опыт деконструкции // Наука и жизнь. – 2012. – № 11. – С. 127-132.
2. Карасик, В. И. Читательский комментарий в медийно-сетевом дискурсе // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. – 2023. – № 2. – С. 19-31. – DOI 10.29025/2079-6021-2023-2-19-31.
3. Землякова, К. В., Рябуха О. В. Медиатекст как отражение медиакультуры // Вестник Гуманитарного факультета Санкт-Петербургского государственного университета телекоммуникаций им. профессора М.А. Бонч-Бруевича. – 2019. – № 11. – С. 275-279.
4. Комическое как коммуникативный ресурс в виртуальном пространстве: монография / под науч. ред. Л.Р. Дускаевой ; отв. ред. Ю. М. Коняева. – Москва : ФЛИНТА, 2022. – 322 с.
5. Абыякая О. В., Землякова К. В. Хейтеры и Абыюзеры против френдов и фолловеров: анализ современной лексики онлайн-коммуникации // Профильное и профессиональное образование в условиях современного поликультурного пространства : материалы VII международной научно-практической конференции, Челябинск, 29 декабря 2019 года / ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации», Челябинский филиал. – Челябинск: Челябинский филиал федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации», 2019. – С. 10-13.

THE “WHITE COAT” PHENOMENON AS A MARKER OF COVERT AGGRESSION IN READERS’ COMMENTS IN ONLINE COMMUNICATION

O. Abyiakaia

The paper is devoted to the peculiarities of users’ comments in social networks and hidden ways of expressing aggression. The structure of a comment that can be attributed

to the phenomenon of “white coat” is defined. It is demonstrated in which situations the fixed word combination “white coat” is used to express negative evaluation of the interlocutor and positive self-presentation of the commentator. The results of the study showed that a potentially aggressive commentary is built according to the following scheme: 1) the interlocutor expresses surprise at the opponent’s shortcomings or the problem under discussion, 2) the interlocutor gives a detailed description of his/her situation in which the problem does not exist or he/she successfully copes with it. These statements are qualified as containing covert aggression, as they are aimed at condemning the other and emphasizing one’s own superiority.

Keywords: meme, neophraseme, commentator, interlocutor, topicstarter, negative evaluation, self-presentation, speech markers of aggression, irony, toxic.

Сведения об авторе

АБЫЯКАЯ Олеся Викторовна – кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков, Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича, (г. Санкт-Петербург, Россия) abyyakaya.ov@sut.ru

УДК 821.511.111

ИДЕЙНО-ХУДОЖЕСТВЕННОЕ СВОЕОБРАЗИЕ СБОРНИКА СОНЕТОВ М. ПЕРССОНА «ПОДЗЕМКА»

А. С. Алёшин

В статье рассматривается идейно-художественное своеобразие сонетного сборника М. Перссона, а также структурные и содержательные особенности функционирования сонета в контексте современной шведской поэзии.

Ключевые слова: Мальте Перссон, шведская поэзия, модернизм, постмодернизм, сонет.

В 2011 году вышел в свет сборник сонетов шведского поэта Мальте Перссона, получивший название «Подземка» ("Underjorden"). Сборник сразу вызвал активный отклик со стороны шведской литературной критики [1,2]. На момент его выхода М. Перссон уже был достаточно известным поэтом и прозаиком, автором нескольких стихотворных сборников и исторического романа «Связи Эделькранца» о жизни знаменитого шведского поэта и изобретателя [3]. Однако повышенное внимание к сборнику со стороны критики было обусловлено в первую очередь использованием в нём формы сонета. Уже с середины XX века в шведской поэзии начал преобладать явный курс на отход от написания рифмованных стихов. Рифма стала считаться атрибутом старой или детской литературы. Сонет же в шведской поэзии, в отличие от некоторых других европейских стран, например, Италии, Англии или Франции, никогда не занимал значимого места даже в классическую эпоху, хотя К. Валин справедливо отмечает, что сонет всё-таки встречается в шведской поэзии и в XX веке, например, в творчестве Л. Густафссона и Л. Форсселя [2]. Тем не менее, очевидно, что обращение к сонетам стало определённым вызовом современной шведской литературе со стороны поэта. Целью данной статьи является рассмотрение идейно-художественного своеобразия сонетного сборника М. Перссона, а также структурных и содержательных особенностей функционирования сонета в контексте современной шведской поэзии.

Все стихотворения сборника представляют собой краткие зарисовки действительности, тесно сопрягаемые с мыслями автора, в стокгольмском метро, которому сборник обязан своим названием. По словам самого М. Перссона, идея сборника пришла к нему, когда он увидел голубя, летящего над эскалатором на одной из станций [4]. Так возник первый сонет сборника, а за ним и все остальные. В качестве формы сонета автор выбрал классический итальянский вариант, содержащий два катрена и два терцета. Такая форма сонета обрела мировую славу благодаря знаменитому сборнику «Канцоньере» Франческо Петрарки, посвящённому его возлюбленной Лауре [5]. Однако тема любви практически полностью отсутствует в сборнике М. Перссона. С точки зрения тематики он гораздо больше перекликается с другим знаменитым сборником – «Цветами Зла» Шарля Бодлера, где многие стихотворения также являются сонетами. Название "Underjorden" («Подземка»), помимо метро,

сразу рождает ассоциации с бездной ада, царством Аида, в которое попадает человек. В нём человек, как и герой Бодлера, несёт в себе свой ад и свой рай:

Узрите жизнь во внутренности мира,
Где поезда идут по расписанию,
Ведь там, минуя битвы мирозданья,
Достигнет дух, восставший из эфира,

Стабильности и твердости сапфира.
Там грань ясна. Нет смуты и метанья,
Когда Гермес не выразит желанья
Лишить дедлайн навечно ориентира.

Пройдите жизнь до станций самых дальних,
В путь взяв духовность или меркантильность,
Узрите атомы людей, что стали

Ионами, не обрета стабильность.
Узрите, как они образовали
Столбы кристаллов, потеряв мобильность¹.

Тема прохода человека через ад, несомненно, также отсылает и к «Божественной комедии» Данте Алигьери. В некоторых сонетах М. Перссон решается даже на прямые цитаты оттуда, например:

И создаю иль выскребаю сам
Творенье поэтическим пером,
И клавишами текст им набираем

(Бог — блогер мира?) — мы же, написав
«Я не хочу быть взрослым», а потом
И «Всяк входящий», Enter нажимаем.

Как известно, Данте в «Божественной комедии» видит ставшую знаменитой надпись перед входом в Ад: «Оставь надежду, всяк сюда входящий». Однако в сборнике М. Перссона герой движется не вертикально, как у Данте, вниз по Аду и вверх по Чистилищу и Раю, а горизонтально, вместе с поездом. Такое же горизонтальное движение героя наблюдается и в «Цветах Зла» Бодлера. По мнению Н. Тератологена, источником замысла для М. Перссона послужил и шведский стихотворный сборник, «Внутренняя линия» Эрика Бекмана, предисловие к которому в издании 2002 года написал сам М. Перссон [1]. В этом сборнике герой едет по так называемой «Внутренней линии», железной дороге, проходящей через внутренние, удалённые от моря области Швеции. Н. Тератологен рассматривает мир «Внутренней линии» как «своего рода Ад», однако там присутствуют «бурлеск и игра слов, а также возможность смотреть на зимний скандинавский ландшафт» [1]. В сборнике «Под-

¹ Здесь и далее перевод А. С. Алёшина. Цитируется по: Журнал «Звезда», №2, 2019.

земка» М. Перссон не даёт такой возможности ни герою, ни читателю, оставляя их наедине со своими мыслями.

Обращает на себя внимание также и обилие отсылок к античности, выраженных в именах античных богов, героев, исторических личностей и названий – Гермес, Пан, Пифии, Цезарь, Сапфо, Антоний, Клеопатра, Ахерон и т. д. Однако, каждый сонет с их упоминанием построен так, что античная онтологическая составляющая уравнивается современным наблюдением, сделанным в поезде, на эскалаторе или на перроне метро. Представляется, что такая композиция служит идее обязательной связанности прошлого и настоящего, взаимообусловленности частного и общего, временного и вечного.

В своём сборнике М. Перссон очень активно использует анжамбеманы — несовпадения границы стихотворных строк с границей между синтагмами. Нужно отметить, что многочисленные анжамбеманы создают прозаизированную интонацию, которая склонна нивелировать стихотворный ритм. Это отчасти может говорить о желании автора «осовременить» свою поэзию и избежать слишком сильных ассоциаций с классиками, но, с другой стороны, М. И. Шапир указывает на то, что анжамбеманы свойственны античной поэзии, и их обилие в современной поэзии может быть обусловлено желанием вызвать у читателя античные коннотации [6]. Вероятно, для М. Перссона явилось вполне актуальным и то, и другое:

Течет сквозь крыши здесь вода из Леты,
Протечки всё никак не залатают,
Они все шире, больше вырастают,
Пока... не забывают все об этом.

Так думаю я в поезде, с рассветом
Едва проснувшись, бурный день встречая,
И сны сочатся, будто опьяняя,
Нагое утро делая одетым.

Реальность вдруг становится от взглядов
Запачканной, но чистой неизменно
Под действием беспамятности ядов,

Что нас лишают прошлого надменно.
(Киваю девушке знакомой рядом,
И выхожу, забыв ее мгновенно.)

Вопрос о принадлежности сборника к определённому литературному направлению является довольно сложным и дискуссионным. На первый взгляд, многочисленные отсылки к знаменитым литературным произведениям и писателям, от античных до современных, а также элементы литературной игры относят его к постмодернизму, однако образная система сборника, явно рассчитанная на подготовленного, «элитарного» читателя, а также серьёзность проблем, которые автор ставит в большинстве сонетов, позволяет говорить скорее о следовании модернистской традиции. Так, постоянно повторяющимися и главенствующими во многих сонетах являются такие типичные

модернистские темы, как работа человеческой памяти, сознания, а также место искусства в мире и его дальнейшая судьба:

Но что есть *песня* среди песен многих?
Вот кто-то оградился от движенья
Наушниками, из которых пеньё
Прокладывает в мозг себе дороги.

Скажи, ведь нам известно про преграду
Из тысяч трупов, для преодоленья,
Умерших звуков, ради продолженья
Дороги песни к мозговому Аду?

Как различить фальшивый тон и верный?
Возможно ль песне выжить на свободе,
Иль только в чьей-то мысли сокровенной?

Скончался Пан, в газете написали,
И прорицаний Пифий нет в природе.
Кто верит в песню — ждут его печали!

Таким образом, в результате проведённого анализа можно сделать вывод о том, что сборник сонетов М. Перссона «Подземка» ознаменовал собой отдельный этап в развитии шведской поэзии начала XXI века, и представляет собой связующее звено между классической европейской традицией и современными тенденциями в развитии шведской поэзии.

Список используемых источников

1. Teratologen N. Eurydike gängvåldtagen i Botkyrka. Электронный ресурс.
2. Wahlin C. Döda linjen. Электронный ресурс.
3. Матьцина И. В. Midsommar, medelstvensson и роль фоновых знаний в работе переводчика // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2022. Вып. 12 (867) - С. 44-50.
4. Hagberg M. Nästa: underjorden. Электронный ресурс.
5. Lindahl K. I underjorden med Malte Persson. Электронный ресурс.
6. Шапир М. И. Metrum er rhythmus sub specie semioticae. // Шапир М. И. Universum versus: Язык — стих — смысл в русской поэзии XVIII—XX вв. — М.: Языки рус. культуры, 2000. — С.97-98.

IDEOLOGICAL AND ARTISTIC ORIGINALITY OF THE SONNET COLLECTION BY M. PERSSON “UNDERGROUND”

A. Alyoshin

The article deals with the ideological and artistic originality of M. Persson's collection of sonnets, as well as the structural and substantive features of the functioning of the sonnet in the context of modern Swedish poetry.

Keywords: Malte Persson, Swedish poetry, modernism, postmodernism, sonnet.

Сведения об авторе

АЛЕШИН Алексей Сергеевич – кандидат филологических наук, доцент, заведующий кафедрой иностранных языков, Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича, (г. Санкт-Петербург, Россия), alexis001@mail.ru

УДК 811.134'2

ЭТНОКУЛЬТУРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИХ ЕДИНИЦ АРГЕНТИНСКОГО ВАРИАНТА ИСПАНСКОГО ЯЗЫКА

Я. А. Басова

Данная статья посвящена национально-культурной специфике фразеологизмов аргентинского варианта испанского языка. В исследовании приводятся примеры фразеологических единиц, отражающих картину мира жителей Аргентины, их вероисповедание, культурную специфику страны, ее историю. Кроме того, в работе содержатся фразеологические соответствия в кастильском варианте испанского языка.

Ключевые слова: испанский язык, Аргентина, национальный вариант, фразеология, национально-культурная специфика.

По мнению В. В. Виноградова, фразеологизм — это словосочетания, закрепленные в языке и воспроизводимые в речи [1, с. 172]. Фразеологизмы не создаются каждый раз в процессе речи, они произносятся уже в готовом виде [2].

Говоря о фразеологических единицах испанского языка, как правило, принято опираться на кастильские выражения, то есть на слова, используемые в Испании. Однако испанский язык имеет множество национальных вариантов.

Помимо Испании этот язык является официальным для многих стран Латинской Америки: Мексика, Центральная Америка (Гватемала, Гондурас, Коста-Рика, Никарагуа, Панама, Сальвадор), Южная Америка (Боливия, Венесуэла, Колумбия, Перу, Чили, Эквадор), государства Риоплатского региона (Аргентина, Парагвай, Уругвай) и Антильских островов (Доминиканская Республика, Куба, Пуэрто-Рико).

В каждом из приведенных государств существует собственный национальный вариант данного языка, который имеет свои особенности, отличительные черты на фонетическом, лексическом и синтаксическом уровнях. Проблема языковой вариативности является одной из центральных тем современной лингвистики. Кроме того, лингвисты активно изучают особенности национальных вариантов испанского языка на территории Латинской Америки.

В данном исследовании нам бы хотелось привести примеры фразеологических единиц аргентинского варианта испанского языка. Прежде всего, нас интересуют культуремы — фразеологизмы, обладающие национально-культурными особенностями, или идеоэтнические фразеологизмы, которые отражают культурную самобытность жителей Аргентины, их образ жизни, историю и языковую картину мира [3, с. 94].

Основным материалом для поиска необходимых данных послужил словарь аргентинской лексики — *El diccionario del Español de Argentina (Español de Argentina – Español de España)*, сокращенно DEA.

Для аргентинцев пончо имеет важное культурное значение. Это главный ремесленный продукт ручной работы Аргентины, имеющий долгую историю со времен инков до наших дней. В каждой провинции Аргентины есть своя разновидность данного предмета одежды.

Donde el diablo perdió el poncho (букв. «где дьявол потерял пончо»). Этот фразеологизм используется в ситуации, когда речь идет об отдаленном или малопосещаемом месте. Любопытно, что в кастильском вместо семы “poncho” используется “gorro” (шапка) *donde el Cristó perdió el gorro*. Можем заметить, что в этом фразеологизме аргентинский национальный характер отражается с помощью лексемы «пончо».

Фразеологизм *Traerse algo bajo el poncho*. («букв. понести что-то под пончо») означает «иметь скрытые намерения») [4, с. 31].

Мате — это настой, приготовленный из листьев падуба. Группа индейских племен гуарани использовала эти листья как для приготовления напитков, так и в качестве оплаты. Считается, что при употреблении этого настоя гуарани становились сильнее и выносливее. В настоящее время Аргентина является основным производителем и экспортером мате в мире.

Tomá mate (букв. «возьми мате»). Аналог в испанском варианте — “ahora mismo” (прямо сейчас). Такое же значение имеет фразеологизм в аргентинском варианте *Sí, Juan* (букв. «да, Хуан!») [5, с. 394-395]. Данный фразеологизм, вероятно, имеет в своем составе название провинции Сан-Хуан в Аргентине.

Estar del mate (букв. «быть из мате») означает «быть сумасшедшим», «сходить с ума». Аналогом данного выражения в Испании является “estar colgado” (букв. «висеть»).

Танго на протяжении всей своей 150-летней истории было символом культуры Аргентины. Национальный день танго отмечается 11 декабря.

Estar medio tócame/tócate un tango (букв. «наполовину сыграй танго»). Данная фразеологическая единица означает «быть сумасшедшим». Синоним — *estar de cráneo* («быть ненормальным»). Однако “cráneo” в аргентинском варианте испанского языка — это человек, выделяющийся своим интеллектом.

Bailar un tango con mucho brodo. (букв. «танцевать танго с большим количеством бульона»). В переносном смысле это выражение имеет значение танцевать танец танго со множеством разных фигур. «Brodo» — заимствованное из итальянского языка, слово, означающее бульон. Использование этой лексемы мотивировано наличием большого количества ингредиентов [6, с. 22].

Милонга означает фольклорную композицию, исполняемую в быстром темпе на национальных инструментах провинции Буэнос-Айрес.

Llorar la milonga (букв. «милонга плачет»). Данный фразеологизм означает «жаловаться каждому на свои проблемы». Здесь происходит смысловое изменение лексического компонента “la milonga”: милонга превращается в слезы.

Фразеологизм *Dar una milonga* (букв. «дать милонгу») в спорте означает победить команду или человека. В испанском варианте существует фразеологический синоним *dar una paliza* — «побить». Кроме того, этот фразеологизм иногда используется в Аргентине.

Христианство — самая распространенная религия в Аргентине (более 90 процентов населения). Вера в Бога формирует национальное сознание. Это естественным образом отражается во фразеологии Аргентины, в которой появляются Библейские имена и выражения.

Andar/estar con el Jesús en la boca (букв. «идти/быть с Иисусом во рту») означает очень беспокоиться, часто из-за ситуации неопределенности. Данный фразеологический оборот используется и в мексиканском варианте ис-

панского языка. Мы предполагаем, что фразеологизм может означать «просить Бога о помощи в минуту отчаяния», молиться.

Ya empezó Cristo a padecer (букв. «Христос уже начал страдать»). Его используют, когда человек начинает жалеть себя. С помощью этого фразеологизма, ссылаясь на страдания Христа, народ Аргентины высмеивает людей, которые излишне жалуются на свою жизнь, однако ясно, что их «страдания» не имеют ничего общего со страданиями Сына Божьего.

С лексическим компонентом *iglesia* встречается фразеологизм *casarse detrás de la iglesia* (букв. «жениться за церковью»), то есть жить супружеской жизнью, не будучи женатыми. Помимо этого, аргентинцы говорят *llorar a la iglesia* («взывать к церкви»), когда человек жалуется на то, что можно было избежать. Также жители Аргентины используют в таких случаях выражение *quejarse a los yuyos* (букв. «жаловаться на сорняки») [5, с. 335].

Стоит сказать, что имена собственные во фразеологизмах в полной мере отражают национальный колорит страны. Часто во фразеологизмах фигурируют названия населенных пунктов, имена выдающихся деятелей: политиков, певцов героев литературы и т. д.

Estar entre San Juan y Mendoza («быть между Сан Хуаном и Мендосой»). Фразеологизм имеет коннотацию «находиться в состоянии алкогольного опьянения». Смысл фразеологической единицы заключается в том, что в провинции Сан-Хуан и Мендоса производят самое большое количество вина в Аргентине.

Irse a cantarle a Gardel (букв. «идти спеть Гарделю»). Этот фразеологизм используется для того, чтобы не согласиться с человеком. Испанский синоним – *irse a escardar cebollinos* («собираться полоть лук»). Речь идет о Карлосе Гарделе, выдающемся аргентинском певце [там же: с. 302].

Ser hijo de Mitre (букв. «быть сыном Митре») — фразеологизм, который употребляется, когда речь идет о высокомерном человеке, чувствующем свое превосходство над другими. Мы предполагаем, что этот пример относится к Бартоломе Митре, аргентинскому политику, который был президентом Аргентины и губернатором Буэнос-Айреса в XIX веке.

Фразеологическая единица *como el mate de los Morales* (букв. «как мате семьи Моралес») используется, когда дают сомнительные, невыполненные обещания. Говорят, что этот фразеологизм имеет отношение к реальному событию, поскольку однажды некая семья Моралес обещала подать мате путешественникам, остановившимся в их доме, но так и не сделала этого.

Ir a contárselo a Montoto (букв. «идти сказать это Монтото»). Аргентинец может использовать эту фразеологическую единицу, чтобы показать неверие в то, что говорит собеседник. Что касается номинации “Montoto”, она не имеет отношения к известным людям, но это лексема, которая во фразеологизмах приобретает семантическое значение лжи, абсурда и т. п. Аналогично с тем же значением во фразеологизмах употребляются имена “Magoya” и “Mengeche”.

Поскольку важным процессом в истории Аргентины является иммиграция из Италии, Франции, Англии, Португалии в XIX-XX веках, существует множество заимствований из европейских языков. Приведем примеры фразеологизмов с подобными лексическими компонентам.

Che te la voglio dire (дословный перевод с итальянского «то, что я хочу тебе сказать»). Это означает, что какое-то событие повлечет за собой проблемы для слушающего. Кастильские эквиваленты: *que ni veas, que para qué, que ni te cuento*. Следует отметить, что фразеологические единицы обоих вариантов испанского языка схожи [там же: с. 169].

Decir la verdad de la milanese (букв. «говорить правду миланцев»). Фразеологизм означает «сокрытие правды», которую сравнивают с приготовлением миланских котлет (по-итальянски это «alla milanese»), и ее невозможно рассмотреть под слоем сухариков [6: с. 6].

В заключение следует отметить, что анализ аргентинских фразеологических единиц способствует погружению в культурные особенности испаноязычного региона.

По нашим наблюдениям, большинство фразеологизмов в Аргентине имеет свои фразеологические соответствия в Испании. Нередко какой-либо компонент фразеологизма претерпевает изменения по отношению к испанскому варианту в связи с национально-культурными особенностями. Было установлено, что источником пополнения фразеологизмов Аргентины зачастую является заимствования из европейских языков, в особенности из итальянского.

Список использованных источников

1. Виноградов В. С. Фразеология испанского языка. Москва, Высшая школа, 2003. 192 с.
2. Виноградов В. В. Русский язык. – М.-Л.5 Гос.учеб. -педагог. изд., 1947. 784 с.
3. Nadal. L. L. ¿Los culturemas: ¿unidades lingüísticas, ideológicas cultutrales? Language design volume 11. Universitat Autònoma de Barcelona, 2009. P. 93-120.
4. Oudová A. Estudio de los culturemas en la fraseología argentina (Análisis comparativo de tres culturemas argentinos y tres españoles) Palacky University, 2015. 59 p.
5. Haensch. G.; Werner. R. Diccionario del español de Argentina - español de España Madrid, Editorial Gredos, 2000. 730 p.
6. Мед Н. Г. Роль европейской иммиграции в формировании национального варианта испанского языка Аргентины// Россия и Иberoамерика в глобализирующемся мире: история и современность. Санкт-Петербург, Скифия-принт, 2017. С. 1387-1395.

ETHNOCULTURAL FEATURES OF PHRASEOLOGICAL UNITS OF THE ARGENTINEAN VARIANT OF SPANISH LANGUAGE

Y. Basova

This article is devoted to the national and cultural specifics of phraseological units in the Argentinean variant of the Spanish language. The research provides examples of phraseological units that reflect the worldview of the inhabitants of Argentina and their religion, the cultural specifics of the country and its history. The article also contains phraseological correspondences in Spain.

Keywords: Spanish language, Argentina, national variant, phraseology, national and cultural specificity.

Сведения об авторе

БАСОВА Яна Андреевна – преподаватель кафедры иностранных языков, Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича, (г. Санкт-Петербург, Россия), yanabasova01@gmail.com

УДК 372.881.1

К ВОПРОСУ О ПРИМЕНЕНИИ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В ОБУЧЕНИИ ИНОСТРАННЫМ ЯЗЫКАМ

А. Б. Булатова

В статье рассматриваются перспективы использования инструментов искусственного интеллекта в преподавании иностранных языков. Анализируются возможности применения ИИ, описанные в психолого-педагогической литературе, и необходимость его применения в языковой подготовке в современных условиях.

Ключевые слова: ИИ, преподавание иностранных языков.

2023 год ознаменовался резким ростом популярности искусственного интеллекта (далее - ИИ), ворвавшегося в информационную повестку и признанного словом года по версии британского словаря Коллинз. Согласно данным McKinsey доля использования ИИ в компаниях по всему миру составляет от 50% до 60% [1]. По данным правительства РФ по состоянию на апрель 2023 года уровень внедрения ИИ в отраслях отечественной экономики составлял 20%, но к 2024 году планировался на уровне не менее 50% [2]. Таким образом, компетенции в сфере ИИ становятся неотъемлемой частью подготовки квалифицированного выпускника вуза, что в свою очередь требует внедрения инструментов ИИ в учебный процесс.

Опрос российского студенчества выявил, что 65% респондентов уже освоили нейросети, а 31% осведомлены о них, но ещё не разобрались, как они работают, при этом 50% ответивших регулярно пользуются ИИ-инструментами в учебных целях [3]. В настоящее время искусственный интеллект отлично справляется с выполнением домашних заданий, в том числе по иностранному языку: заполняет пропуски в предложениях (открытого и закрытого типа), перефразирует отдельные предложения и содержательный текст, переводит с иностранного языка на родной и обратно, составляет текст с использованием заданных слов, создает эссе на разных языках. Известен даже случай написания ВКР с применением ИИ. Данный факт, конечно, не способствует усвоению материала студентами, но свидетельствует об их интересе к современным технологиям и требует трансформации процесса обучения с целью интеграции ИИ в образовательный процесс для достижения результатов, заявленных в программах. В то же время исследование Сысоева П. В. выявило, что преподавателям вузов не хватает системного представления об организационном, дидактическом и методическом потенциале инструментов ИИ, хотя большинство преподавателей выражают готовность использовать ИИ в образовательном процессе, так как это соответствует задачам подготовки выпускников к успешной профессиональной деятельности [4].

Потенциал применения ИИ в образовательной сфере признается многими. ЮНЕСКО отмечает, что ИИ может быть полезным инструментом для улучшения доступности, качества и эффективности образования, призывает к применению ИИ в образовании и стремится к тому, чтобы образовательные системы использовали ИИ для создания равных возможностей обучения, пер-

сонализации обучения, развития критического мышления и инноваций. При этом подчеркивается важность этического использования ИИ среди учащихся и педагогов.

Анализ психолого-педагогической литературы последних лет позволяет заключить, что в образовательном контексте ИИ применяется в следующих направлениях:

- управление образованием – подача документов и зачисление студентов, сбор и анализ данных — это те задачи, которые сегодня эффективно решаются с помощью инструментов ИИ;

- индивидуализация обучения - чат-боты позволяют перефразировать любой текст, адаптируя его для студентов любого уровня даже в рамках одной и той же группы, а инструменты создания викторин позволяют варьировать уровень сложности вопросов. Также в настоящий момент разработано множество приложений и вебсайтов, использующих элементы ИИ, нацеленных на изучение иностранных языков. Например, Speechling - мобильный сервис по распознаванию речи на базе ИИ, помогающий совершенствовать фонетические навыки. Кроме того, на основе анализа данных различные программы ИИ способны настраивать учебный курс для конкретного студента, подстраиваясь под его темп освоения учебной программы;

- оптимизация процесса подготовки преподавателя к занятиям - инструменты ИИ позволяют преподавателям создавать тесты на множественный выбор, открытые и True/False вопросы для текста или видео. Среди доступных на рынке стоит отметить такие сайты, как quizgecko.com (позволяет бесплатно создавать до трех тестов в месяц в бесплатной версии), oreham.com (бесплатны первые десять тестов), yippity.io, превращающий любой текст или веб-страницу в викторину. Сайт twee.com делает процесс подготовки к занятиям невероятно легким – позволяет создавать различные типы вопросов для видео или текста, вопросы для обсуждения темы и упражнения различных типов и разных уровней. Причем в бесплатной версии доступны до 50 текстовых и 10 видео заданий в месяц;

- организация учебного процесса – данное направление связано в первую очередь с автоматизацией рутинных процессов в преподавательской деятельности: предоставления обратной связи, оценивания, наблюдения за прогрессом каждого учащегося;

- оптимизация процесса обучения конкретным дисциплинам. В методической литературе последних лет активно обсуждается применение инструментов ИИ для оптимизации обучения иностранным языкам. Наибольшее распространение среди преподавателей иностранных языков получили чат-боты – «диалоговые обучающие программы, способные на основе технологий естественного языка и машинного обучения и заложенных в нее алгоритмов речевого поведения человека развивать иноязычные устные и письменные речевые умения обучающегося посредством поддержания с ним диалога и имитации человеческой речи» [5] - и виртуальные помощники, наиболее известными из которых являются ChatGPT, Andy, «Siri» от «Apple», «Google Assistant» от «Google», «Bixby» от «Samsung», «Cortana» от «Microsoft», «Алиса» от «Яндекс», «Маруся» от «VK». Существуют также конструкторы чат-ботов, позволяющие решать специфические задачи. Согласно исследователям, чат-ботам и виртуальным помощникам присущи следующие дидактические

функции: интерактивность на базе мгновенной обратной связи, коммуникативность и индивидуализация [6], благодаря которым они могут успешно применяться для развития грамматической компетенции (Авраменко А. П., Ахмедова А. С., Буланова Е. Р.); формирования фонетических навыков речи учащихся на основе устного взаимодействия с голосовым чат-ботом (Х. С. Ким, Ю. Ча, Н. Ю. Ким, Т. Ю. Тай и Х. Х. Чен); обучения дебатам на иностранном языке на продвинутом этапе (Ю. В. Шуйская, Е. А. Дроздова, М. В. Мыльцева). Эффективность последнего достигается за счет легкости, с которой чат-бот моделирует альтернативную языковую личность, с чем студенты в свою очередь часто испытывают сложности. Чат-бот не только вживается в предписанную ему роль, но и использует соответствующий лексико-грамматический материал.

В исследовании Сысоева П. В. и Филатова Е. М. доказана эффективность использования чат-ботов для развития устных и письменных иноязычных речевых умений обучающихся, в особенности таких микроумений, как:

- умение запрашивать информацию по теме диалога;
- умение отвечать на запросы партнера по диалогу;
- умение излагать мысли по теме диалога в краткой или развернутой форме;
- умение делать выводы и заключения;
- умение выражать собственное мнение по теме обсуждения;
- умение приводить аргументы в пользу своего мнения по теме обсуждения;
- умение переспрашивать, уточнять, переформулировать, выразить мысль другими языковыми средствами [7].

Авторы отмечают, что для большей эффективности чат-бот целесообразно использовать во внеаудиторное время, при этом обязательным элементом является рефлексивный компонент на занятиях, который выступает в роли контроля его применения. При этом наиболее рационально применение данного инструмента со студентами, чей уровень владения иностранным языком находится в диапазоне А1-В2 по шкале CEFR.

Не последнюю роль ИИ играет при развитии у студентов критического мышления. Чат-боты зачастую выдают результаты «галлюцинаций», давая абсурдные ответы на поставленные вопросы и ссылаясь на несуществующие источники информации в условиях неопределенности. При выполнении заданий полезно просить студентов верифицировать ответы ИИ и аргументировать их.

Таким образом, современные технологии, включая искусственный интеллект, представляют вызовы и одновременно предоставляют большие возможности для использования в образовании. Обучение иностранному языку с помощью технологий ИИ имеет потенциал для оптимизации. Необходимо учитывать эти возможности, поскольку главная цель вуза заключается в подготовке студентов к успешной профессиональной деятельности в условиях цифровой трансформации общества. Важно не игнорировать эти возможности, а активно использовать их для организации более эффективного процесса изучения иностранного языка.

Список использованных источников

1. The state of AI in 2023: Generative AI's breakout year // QuantumBlack [website]. 2023. URL: <https://www.mckinsey.com/capabilities/quantumblack/our-insights/the-state-of-ai-in-2023-generative-ais-breakout-year> (last request: 08.10.2023).

2. Мишустин: внедрение искусственного интеллекта в экономике РФ достигает 20%, план к 2024 году - 50% // Интерфакс. 7 апреля 2023. URL: <https://www.interfax-russia.ru/main/mishustin-vnedrenie-iskusstvennogo-intellekta-v-ekonomike-rf-dostigaet-20-plan-k-2024-godu-50> (дата обращения 08.10.2023).

3. Студенты российских вузов рассказали, как именно применяют нейросети в учёбе // Skillbox Media [website]. 25 августа 2023. URL: <https://skillbox.ru/media/education/studenty-rossiyskikh-vuzov-rasskazali-kak-imenno-primenyayut-neyroseti-v-uchebe/> (дата обращения 08.10.2023).

4. Сысоев П. В. Искусственный интеллект в образовании: осведомлённость, готовность и практика применения преподавателями высшей школы технологий искусственного интеллекта в профессиональной деятельности // Высшее образование в России. 2023. Т. 32. № 10. С. 9–33.

5. Сысоев П. В., Филатов Е.М. Чат-боты в обучении иностранному языку: преимущества и спорные вопросы // Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. 2023. Т. 28. № 1. С. 66-72.

6. Авраменко А. П. Лингводидактический потенциал чат-ботов и виртуальных помощников как средств распознавания речи технологиями искусственного интеллекта // Мир науки, культуры, образования. 2022. № 3 (94). С. 9-12.

7. Сысоев П. В., Филатов Е. М. Методика развития иноязычных речевых умений студентов на основе практики с чат-ботом // Перспективы науки и образования. 2023. № 3 (63). С. 201-218.

ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN ELT REVISITED

A. Bulatova

The article deals with prospects of AI in ELT. It analyses the use of AI described in literature and contemplates the necessity of its application in language teaching at a modern stage of society development.

Keywords: AI, foreign language teaching.

Сведения об авторе

БУЛАТОВА Анастасия Борисовна – старший преподаватель кафедры иностранных языков, Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича, (г. Санкт-Петербург, Россия), bulatova.ab@sut.ru

УДК 372.881.1

ОБУЧЕНИЕ ИНОСТРАННЫМ ЯЗЫКАМ И ВЫЗОВЫ МЕНЯЮЩЕГОСЯ МИРА

М. Р. Ванягина

В эпоху цифровизации, глобализации и стремительных изменений в обществе владение иностранными языками имеет большое значение. При изучении языков надо принимать во внимание характеристики современного мира: нелинейность, сложность, противоречивость, хаотичность. Тревожность изменчивого мира компенсируется мягкими навыками (коммуникация, сотрудничество, критическое мышление, нестандартность, эмпатия), которые развиваются во время изучения иностранных языков.

Ключевые слова: BANI-мир, цифровизация, изучение иностранных языков, фиджитализация, мягкие навыки.

Обучение иностранным языкам дает современному человеку много возможностей: использование большого спектра источников информации, расширение кругозора и картины восприятия мира, карьерный рост в международных сферах деятельности, улучшение памяти и когнитивных функций, умения межкультурной коммуникации. С развитием цифровизации и распространением интернета знание иностранных языков становится все более значимым для интеграции в современные глобальные процессы.

За время своего существования мир преображался, эпохи сменяли друг друга, прогресс был неотъемлемым спутником исторического развития. Однако в последние годы изменения стали происходить особенно быстро. До 20 века мир считался относительно стабильным, такое состояние обозначалось аббревиатурой **SPOD** (Steady – устойчивый, Predictable – предсказуемый, Ordinary – простой, Definite – определенный). В конце 20 века американским бихевиористом и по совместительству полковником армии США Стефаном Гарросом был введен новый акроним, описывающий непостоянство мира, **VUCA** (Volatile – изменчивый; Uncertain – неопределенный; Complex – сложный; Ambiguous – неоднозначный) [10]. Динамичность и сложность происходящих в мире событий усиливалась, во всех сферах начали возникать новые подходы, такие как компетентностные, проектные. 2020 год ознаменовался пандемией и цифровой трансформацией. VUCA-мир сменяется **BANI**-миром (Brittle – хрупкий, Anxious – тревожный, Nonlinear – нелинейный, Incomprehensible – непостижимый). Этот термин предложил Футуролог Джамаис Кашио, он подчеркивал более динамичные и радикальные изменения, происходящие в обществе, а также призывал преодолевать хрупкость и тревожность мира с помощью адаптивности, гибкости и развития устойчивости [11].

Стремительность трансформаций порождает новые определения меняющегося мира. 2022 год ознаменовался появлением сразу двух сокращений, описывающих новый динамичный мир. Экономист психолог Марк Розин вводит термин **SHIVA**-мир (Split – Расщепленный, Horrible – Ужасный, Inconceivable – Невообразимый, Vicious – Беспощадный, Arising – Возрожда-

дающийся) [7]. Новая реальность провозглашает крушение старого мира и питает надежду на возрождение нового. Психолог бизнесмен Сергей Дерябин предлагает акроним **TACI** (Turbulent – турбулентный, Accidental – случайный, Chaotic – хаотичный, Inimical – враждебный). Подчеркивается увеличение скорости различных изменений, размытие понятий и подмена ценностей, непредсказуемость событий, нарушение логики, искажение информации, абсолютизация зла и ощущение неминуемой опасности [10].

Позволим себе проанализировать состояние современного мира и обозначить его новым акронимом **CADR** (Complex – комплексный, Ambivalent – противоречивый, Digital – цифровой, Rapid – быстрый). Комплексность мира выражается в его сложности, многомерных связях и взаимоотношениях, глобальном характере происходящих событий. Противоречивость проявляется в нелинейности существующих систем, парадоксальности и непредсказуемости решений. Цифровизация как основной тренд современности ни у кого не вызывает сомнения. Информация представляется отдельным слоем ноосферы. Кто владеет информацией, владеет миром. Повсеместное распространение цифровых технологий и увлечение людей виртуальной реальностью породило понятие **фиджитализации**, «как объединения двух реальностей – физической (Physics) и цифровой (Digital). Среди специфических особенностей: нелинейность, возможность передавать объемную многоплановую информацию, доступную в любое время в любом месте» [9, с. 105]. Скорость стала неотъемлемой характеристикой современной стремительной изменчивой жизни, «сегодня на нас воздействует множество разноскоростных импульсов» [Головнев, с. 8]. Человек мгновенно реагирует на раздражители разного рода в киберпространстве, вызывая «эффект быстрой эмоции» [4, с. 15].

С учетом стремительного внедрения цифровизации во все сферы человеческой жизни, обучение иностранным языкам может быть организовано на основе использования цифровых технологий, включая использование онлайн-платформ, мобильных приложений, виртуальной реальности и др. С. В. Титова, М. В. Староверова предлагают называть современный этап цифровизации обучения иностранным языкам социально-коммуникативным, он характеризуется «социальным взаимодействием пользователей ввиду бурного развития социальных сетей..., развитием пользовательского контента, системами онлайн-сотрудничества, мгновенным доступом к учебному материалу» [8, с. 31]. Гаджеты стали продолжением человека, поэтому целесообразно активно их задействовать в учебном процессе. Социальные сети, мессенджеры, а также специальные программные оболочки для обучения (Moodle) могут служить платформами накопления учебных материалов, диагностики уровня владения языком на всех этапах обучения, поддержания связи обучающихся с преподавателем.

Важно помнить, что обучение должно быть интерактивным и интересным для обучающихся, а также учитывать их индивидуальные потребности и образовательные и воспитательные цели. Интерактивное обучение должно основываться на системе связанных образовательных технологий, таких как проекты, ролевые игры, проблемное обучение. Необходимо применение приемов, повышающих мотивацию и познавательную активность обучающихся, таких как упражнения дискуссионного характера, мозговой штурм, сотворческие упражнения [3].

В условиях современного изменчивого мира очень важно развивать мягкие навыки, адаптивность, гибкость в восприятии и реакции на внешние раздражители. В этом смысле иностранный язык может служить основой развития универсальных компетенций и реализации межпредметной интеграции, т. к. «предполагает широкое и разнообразное использование межпредметных связей, характеризуется многоуровневостью, полифункциональностью ... нацеленностью на развитие личности и ее социальную адаптацию к условиям стремительно меняющегося ... мира» [1, с. 111]. Изучение иностранных языков может способствовать развитию мягких/гибких навыков, таких как критическое мышление, адаптивность, коммуникация, решение разного рода задач. Это также помогает лучше понимать другие культуры и улучшать социальные навыки. Изучение нового языка требует от обучающихся гибкости и способности адаптироваться к новым ситуациям, таким как общение с носителями языка или преодоление языковых барьеров.

Задания на занятиях по иностранному языку затрагивают сразу несколько когнитивных слоев. Например, обучающиеся медицинского вуза, анализируют и представляют резюме иноязычного текста по теме. Тем самым они изучают языковые единицы, в том числе профессиональные термины, тренируют разные виды речевой деятельности, в первую очередь чтение, учатся самоорганизации, обработке и представлению информации, развивают навыки анализа, синтеза, коммуникации, работы в команде и др. За счет универсальности языка проявляются различные компоненты содержания обучения, они «многоуровневые, взаимосвязанные, могут пересекаться, проявляясь в различных ипостасях» [2, с. 158].

Процесс изучения иностранного языка включает в себя анализ и понимание грамматических структур, синтаксиса и словарного запаса. Все это помогает развивать критическое мышление и способность анализировать информацию. На развитие критического мышления также направлены различные задания, основанные на обсуждении и анализе темы, работе с текстом (восприятии и/или порождении), использовании информации, такие как кластеры, шляпы мышления, чтение с остановками (для ответов на вопросы), дискуссии, бортовые журналы, дневники, игры и др. Как правило, они проводятся в три этапа: вызов (пробуждение интереса и постановка целей), осмысление (получение новой информации), рефлексия (размышления относительно достигнутых целей) [6].

Таким образом, при обучении иностранным языкам во время стремительных изменений и цифровизации всех сфер жизни необходимо следовать современным образовательным тенденциям, развивать мягкие навыки обучающихся, критическое мышление, умения коммуникации, гибкости и адаптивности.

Список использованных источников

1. Баграмова Н. В., Ванягина М. Р. Роль и место гибких навыков (soft skills) в процессе обучения иностранным языкам // Актуальные проблемы филологии и методики преподавания иностранных языков. 2022. Т. 16, № 1. С. 106-113.
2. Ванягина М. Р. Содержание иноязычного обучения в системе высшего образования лингвистического профиля // Преподаватель XXI век. 2020. № 4-1. С. 153-166. DOI 10.31862/2073-9613-2020-4-153-166.

3. Васильева А. В. Система интерактивных упражнений для развития коммуникативной компетенции на русском языке как иностранном // Интернет-журнал «Мир науки». 2018. №1. <https://mir-nauki.com/PDF/23PDMN118.pdf>.
4. Головнёв А. В. Киберскорость // Этнография. 2020. № 3(9). С. 6-32. DOI 10.31250/2618-8600-2020-3(9)-6-32.
5. Дерябин С. Свободное погружение. О природе лидерства и обретении личной силы. М: Альпина Диджитал. 2022. 180 с.
6. Заир-Бек С. И. Развитие критического мышления через чтение и письмо на уроках. М.: Просвещение, 2014. 236 с.
7. Розин М. Восхождение по спирали. Теория и практика реформирования организаций. М: Альпина Паблишер. 2022. 523 с.
8. Титова С. В., Староверова М. В. Этапы цифровизации языкового образования в XX-XXI вв. // Вестник Московского университета. Серия 19: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2023. Т. 26, № 3. С. 25-45. DOI 10.55959/MSU-2074-1588-19-26-3-2.
9. Толстикова И. И., Игнатъева О. А., Кондратенко К. С., Плетнев А. В. Цифровое поведение и характеристики личности поколения Z в условиях глобальной цифровизации // Информационное общество: образование, наука, культура и технологии будущего. 2020. № 4. С. 103-115.
10. Bennis W., Nanus B. Leaders. The strategies for taking charge. Perennial library: Harper & Row, 1986. 244 p.
11. Cascio J. Facing the Age of Chaos. Режим доступа: <https://blog.bitobe.ru/article/kakoy-mir-prishel-na-smenu-vuca/> (дата обращения 23.10.23).

TEACHING FOREIGN LANGUAGES AND THE CHALLENGES OF THE CHANGING WORLD

M. Vanyagina

In the era of digitalization, globalization and rapid changes in society, foreign languages skills are of great importance. When learning languages, one must take into account the characteristics of the modern world: nonlinearity, complexity, inconsistency, randomness. The anxiety of a volatile world can be compensated by the soft skills (communication, collaboration, critical thinking, nonstandard, empathy) that can be developed while learning foreign languages.

Keywords: BANI-world, digitalization, learning foreign languages, digitalization, soft skills.

Сведения об авторе

ВАНЯГИНА Марина Романовна – кандидат педагогических наук, доцент, профессор кафедры иностранных языков, Санкт-Петербургский военный ордена Жукова институт войск национальной гвардии РФ, (г. Санкт-Петербург, Россия), marmalkina@rambler.ru

УДК 811.111'42:811.111'38

АКТУАЛИЗАЦИЯ КОМПОНЕНТОВ ПОНЯТИЯ NEGOTIATIONS В НОВОСТНОМ МЕДИАДИСКУРСЕ

О. В. Абыякая, К. В. Землякова

В работе описана компонентная структура понятия переговоров как базового образования в дипломатической и деловой сферах деятельности. Исходя из анализа научной литературы и словарных дефиниций, выявлены облигаторные и факультативные компоненты лексемы *negotiations*. Из газетных статей с данной лексемой отобраны частотные слова, образующие семантическое ядро переговорной риторики в прессе. Сделаны выводы о том, что в англоязычном новостном дискурсе актуализированы следующие факультативные компоненты значения: принуждение и использование силы, конфликтность отношений сторон, потенциал применения в военной сфере, динамичность, нестатичный характер, повторяемость, регламентированность проведения.

Ключевые слова: переговорный дискурс, деловой дискурс, компонентный анализ, семантическая структура, квантитативный анализ, облако слов, частотность, семантическое ядро, конфликт, сотрудничество.

Современный медиадискурс, в частности политический и новостной, обладает высоким уровнем борьбы установок и мнений активных агентов медиaproстранства. Повышенная конфликтногенность мировой обстановки обусловила рост объема и значимости переговорного дискурса для урегулирования разногласий. Политические лидеры все чаще прибегают к переговорной риторике и подчеркивают необходимость разрешать конфликты мирным путем.

Настоящая работа нацелена выявить соответствие между семантическими компонентами лексемы *negotiations* в языке и актуализированными признаками той же лексемы как ядра понятия в газетном дискурсе. Для начала необходимо выявить конститутивные характеристики дискурса переговоров, а это, в свою очередь, возможно сделать через определение содержания понятия. Воспользуемся двумя способами описания значения единицы: компонентным анализом и анализом словарных толкований, хотя второй является частным случаем первого. Компонентный анализ стремится разложить значение на более частные семы, нежели те, которые выделяются словарями [1, с. 86], однако оба они позволяют получить инвариантное содержание понятия «переговоры».

В разных изданиях Longman Dictionary лексема *negotiations* описывается следующим образом:

- a meeting of the representatives of two opposing groups in an official or business context during which they discuss things and try to reach an agreement;
- official discussions between the representatives of opposing groups, who are trying to reach an agreement, especially in business or politics.

Также существительное описывается как дериват глагола *negotiate*:

- to discuss, to confer, to come to an agreement; arrange by discussion;
- to discuss something in order to reach an agreement, especially in business or politics.

Из приведенных определений следует, что лексема понимается как двустороннее обсуждение официальными лицами, нацеленными достичь соглашения. Соответственно, структурно содержание понятия может быть представлено следующими компонентами:

участники – уполномоченные назначенные лица

цель – достижение согласия, решения

интересы – различающийся противоположный характер

речевой акт – обсуждение

характер проведения – официальный

сфера деятельности – политика / бизнес

Для определения глубинных структур переговорного дискурса следует обратиться к профессиональному дискурсу, в котором переговоры представляют центральный концепт. Обращение к научной и профессиональной литературе показало, что переговорный процесс имеет наибольшее значение для двух сфер: дипломатической и коммерческой (бизнес-сфера). Дипломатический и деловой (бизнес-) дискурс составляют ведущую деятельность дипломата и бизнесмена соответственно.

К. С. Алексанян подчеркивает важность актуализации значения лексемы negotiations в профессиональном дискурсе, поскольку именно в нем слово, хранящееся в сознании человека, «обрастает» дополнительными профессиональными деталями и подробностями». Специалист получает профессиональный опыт из ситуации, являющейся для него типичной, иными словами, ситуация переговоров носит для него стереотипный характер, и ее стереотипность «способствует созданию регулярных моделей номинации» [2].

Коллектив авторов работы [3] пишет, что дискурс переговоров состоит из «деловых диалогов, направленных на решение конкретных задач и разногласий между противными сторонами» [3, с. 323], тоже выделяя таким образом конституирующие черты рассматриваемого нами понятия.

В психологии конфликтов переговоры рассматриваются исследователями как фрейм продуктивного разрешения конфликтных ситуаций. С. В. Щербаков обобщает, что в переговорной ситуации участники рассматривают одну из двух альтернатив: сотрудничество и соперничество [4, с. 691]. Автор указывает на то, что описание конфликта и переговорного процесса осуществляется в фреймах процесса взаимодействия, фреймах когнитивной идентичности и взаимоотношений, фреймах интерактивных проблем. В ходе общения стороны конфликта ищут продуктивное взаимовыгодное решение, поэтому переговоры носят полимотивационный характер. Оппоненты обмениваются сообщениями для снижения несовместимости целей и достижения согласия. В работе делается вывод о том, что фрейм представляется своеобразным «когнитивным конструктором» и удобным инструментом познания [там же: с. 693].

О стремлении к сотрудничеству как необходимому компоненту переговоров говорит в своей статье М. А. Комарькова: «Деловой дискурс рассматривается как плодотворное сотрудничество, поддержание партнерских отношений за счет правильно и этично использованных речевых моделей и конструкций, создания благоприятного эмоционального фона и положительной психологической обстановки, учитывающей ожидания и предпочтения всех участников дискуссии» [5, с. 416]. Подтверждение этой же мысли находим в диссертации Т. А. Ширяевой: «Ценностями делового дискурса являются: создание деловых

либо партнерских отношений, извлечение прибыли, управление» [6, с. 12-13]. К. С. Алексаян суммирует дефиниции из английских специальных лексикографических источников по бизнес-тематике и делает вывод о том, как носители английского языка рассматривают деловые переговоры. Их можно описать через следующие компоненты:

- многоэтапность процесса;
- двусторонний характер;
- результат – не столько совершение сделки, сколько поддержание долгосрочных деловых отношений;
- преследование собственных интересов и интересов компании;
- взаимодействие через стратегию сотрудничества, а не конфронтации [2].

На основе вышеописанных работ представляется возможным составить схему компонентов лексемы *negotiations* (см. Рис.1).



Рис. 1. Схема компонентной структуры понятия переговоров

Следующим этапом становится соотнесение компонентной схемы с реализацией компонентов в пространстве новостного медиапотока. Дискурсивное описание понятия *negotiations* было подробно представлено в исследовании О. В. Абыякой [7]. В данной работе считаем нужным продемонстрировать наличие выявленных компонентов в газетных статьях, что достигается путем применения квантитативного анализа, а именно подсчета частотности употреблений отдельных лексем. Такой способ позволяет показать, как лексема *negotiations*, помимо обязательной актуализации, может быть специфицирована в том числе через свойственные только ей необязательные, факультативные компоненты [8, с. 137].

Было проанализировано текстовое поле объемом 40 000 знаков, что составило 272 предложения с употреблением лексемы *negotiations*, отобранных из англоязычных изданий The Times, The New York Times, The Wall Street Journal, The Guardian, The Economist за 2022 год. Частотность ключевых слов в исследованном текстовом поле распределилась следующим образом:

Изображение на Рисунке 3, полученное с помощью сервиса Wordcloud.pythonanywhere, позволяет обнаружить следующие важные понятия: *prospect, threat, energy, oil, continue, embargo, citizens, leaders, nuclear, release, agree, force, dispute*.



Рис. 3. Облако слов, сгенерированное сервисом Wordscloud.pythonanywhere по извлеченным из газет контекстам

Здесь наблюдаем фрейм взаимодействия, представленный лексемами *agree, dispute*. Компонент применения силы, принуждения (*force*), напротив, представляет ценностный центр противостояния, противоборства. Наличие тематической лексики из сферы экономики (*energy, oil, embargo, nuclear*) подтверждает вывод о наибольшем значении торговых отношений между странами как сферы, неизбежно использующей переговорный процесс.

Нижеприведенная Таблица 1 аккумулирует результаты обработки эмпирического материала на предмет обнаруженных факультативных характеристик, составляющих понятие переговоров в газетных статьях. Рассмотрение лексем в микроконтекстном окружении позволяет судить о ее специфике [8].

Таблица 1

Актуализация факультативных компонентов понятия *negotiations* в новостных материалах

Факультативный компонент	Присутствие в сопутствующих лексемах
принуждение и использование силы	<i>sanction, force, impose, measure</i>
конфликтность отношений сторон	<i>war, threat, dispute, weapon, danger, destruction</i>
применение в военной сфере	<i>release, military, prisoner, exchange</i>

Факультативный компонент	Присутствие в сопутствующих лексемах
повторяемость	<i>continue, renew, prospect</i>
временная протяженность	<i>time</i>
интерес (выгода)	<i>deal, price</i>
регламентированность	<i>policy</i>
динамичность, не статичный характер	<i>escalation, intense</i>

Итак, по итогам рассмотрения компонентной структуры понятия переговоров можно заключить, что набор облигаторных компонентов дополняется факультативными, которые приращиваются к закрепленному в языке значению в результате использования лексемы в профессиональных сферах. Помимо заложенных изначально компонентов **диалогичности, достижения согласия, разности интересов участников, официальности проведения, уполномоченного статуса переговорщиков**, понятие negotiations реализует в дискурсе потенциальные семы **конфликтности сторон, принуждения, установления властных отношений, нестабильности процесса и его протяженность во времени**, а также обнаруживает способность использоваться в военной сфере.

Список использованных источников

1. Землякова, К. В. Метод компонентного анализа при изучении валентностных возможностей качественных фразеологических единиц в русском и английском языках // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2009. – № 1(3). – С. 86-88.
2. Алексанян, К. С. Переговоры как вид делового дискурса // Репозиторий Пятигорского государственного лингвистического университета. – URL: https://upload.pgu.ru/iblock/bd1/uch_2010_iii_00021.pdf (дата обращения: 01.11.2023).
3. Хакиева, З. У. Коммуникативные тактики и стратегии англоязычного дискурса переговоров / З. У. Хакиева, Т. И. Усманов, А. У. Баштыгова // Балтийский гуманитарный журнал. – 2020. – Т. 9, № 2(31). – С. 322-326. – DOI: 10.26140/bgз3-2020-0902-0079.
4. Щербаков, С. В. Фреймы конфликтных ситуаций и переговоров // Вестник Башкирского университета. – 2020. – Т. 25. – №. 3. – С. 688-696. DOI: 10.33184/bulletin-bsu-2020.3.36.
5. Комарькова, М. А. Появление неоминаций и неологизмов в англоязычном бизнес-дискурсе // Мир науки, культуры, образования. – 2023. – № 2(99). – С. 415-417. – DOI: 10.24412/1991-5497-2023-299-415-417.
6. Ширяева, Т. А. Когнитивное моделирование институционального делового дискурса. – Автореф. дис. ... докт. филол. наук / Т. А. Ширяева. – Краснодар, 2008. – 50 с.
7. Абыякая, О. В. Дискурсивное конструирование понятия negotiations в англоязычной прессе // Политическая лингвистика. – 2023. – № 4 (100). – С. 126-132.
8. Прохорова, О. Н. Преимущества когнитивного картирования в изучении лексики с общим значением «психические процессы» (на материале английского языка) // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. – 2011. – № 18(113). – С. 134-141.

ACTUALIZATION OF THE COMPONENTS OF THE NOTION OF NEGOTIATIONS IN THE NEWS MEDIA DISCOURSE

O. Abyiakaya, K. Zemlyakova

The paper describes the component structure of the concept of negotiations as a basic entity in diplomatic and business spheres of activity. Based on the analysis of scientific literature and dictionary definitions, the obligatory and optional components of the lexeme negotiations are revealed. Frequent words are selected from newspaper articles with this lexeme. They form the semantic core of negotiation rhetoric in the press. The conclusions are made that the following optional components of the meaning are actualized in the English-language news discourse: coercion and use of force, conflict between the parties, the potential for military application, dynamism, non-static nature, repetition, and regulation of negotiations.

Keywords: negotiation discourse, business discourse, component analysis, semantic structure, quantitative analysis, word cloud, frequency, semantic core, conflict, cooperation.

Сведения об авторах

ЗЕМЛЯКОВА Ксения Владимировна – кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков, Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича, (г. Санкт-Петербург, Россия), zemlyakova.ov@sut.ru

АБЫЯКАЯ Олеся Викторовна – кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков, Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича, (г. Санкт-Петербург, Россия), abyakaya.ov@sut.ru

УДК 81-11 81'33

SECOND LANGUAGE VOCABULARY ACQUISITION STRATEGIES USED BY HEARING IMPAIRED LEARNERS IN THE FORMAL EDUCATIONAL SETTINGS

A. Marinskaya, M. Zurikov

The article examines the peculiarities of foreign language acquisition by hearing impaired learner in the framework of the formal educational settings. It focuses on the challenges these students face when perceiving, retaining and reproducing lexical units. The paper also presents the findings of the survey conducted and offers possible solutions to the identified problems such as implementation of specific strategies of foreign vocabulary acquisition into formal educational setting. The research can be beneficial for both educators teaching students with hearing disorders as well as students who wish to learn a foreign language.

Keywords: inclusive education, vocabulary acquisition strategies, hearing disorder.

The significance of vocabulary acquisition in language proficiency development can't be overestimated. Lexical units are often compared with building blocks for any language, they perform nominative, significative, descriptive functions, and contain a great deal of cultural and pragmatic information. Methodologists and researchers emphasize that the role of vocabulary for mastering a foreign language is even more important than that of grammar. According to B. V. Belyaev, from psychological perspectives, vocabulary is the most essential compared to other language aspects to be adapted by students, since it is utterly impossible to master the language and communicate without words. Famous research D. Wilkins stated «without grammar you can say little, but without words you can't say anything [1]. For many students, however, vocabulary learning seems challenging as it implies lots of mental operations and efforts. No doubt, this process poses particular difficulties for learners with hearing impairments, especially for those who study within formal inclusive education framework that frequently lacks required individual approach. In recent years, inclusive education and teaching foreign language to people with disabilities have been widely discussed by scientific community and educators, (Dumler, Ozerchuk, Prilepko, Popova, Losikhina, etc.), however, only a few works examined mastering the lexical side of speech, that determines the relevance of the present research [2-6].

The aim of the paper is to analyze efficient techniques of foreign vocabulary acquisition by learners with hearing impairments.

The aim has defined the following objectives.

1. To analyze the theoretical and methodological literature in the field of education for individuals with hearing impairments.
 2. To conduct a survey in order to ascertain the difficulties encountered by the majority of individuals with hearing impairments in the process of acquiring the lexical component of a foreign language.
 3. To determine the current level of language proficiency among the target audience, and to identify the strategies they employ to acquire vocabulary.
-

4. To identify and analyze specific challenges encountered by individuals with hearing impairments while learning foreign language vocabulary.

5. To offer effective strategies of vocabulary learning by students with hearing impairments.

As the analysis of pedagogical literature has shown, the development of a vocabulary competence is a complex cognitive process that implies:

- 1) auditory, motor and graphic form of a target word acquisition;
- 2) semantic features comprehension;
- 3) understanding the syntactic functions of a word\collocation;
- 4) understanding derivational features of a word [1, 8].

For students with hearing impairment, it is particularly challenging to master the auditory, motor form of words, since they experience difficulties in auditory perception and pronunciation, consequently, this result in obstacles for memorizing new words. In addition, people with hearing impairments possess limited vocabulary in their native language compared to hearing students, what in its turn leads to problems with understanding the semantic features of English words [2, 6-7].

In order to assess the situation related to learning English for people with hearing impairments in general education institutions, we conducted a survey among 39 learners with hearing impairments aged 18-25. All the respondents are students or graduates of non-specialized education institutions.

As our survey has shown, the majority of individuals with hearing impairments who have graduated from secondary and/or higher education institutions (hereinafter referred to as respondents) highly appreciate the importance of learning English and consider it useful for the future. However, majority of them have an elementary level of language proficiency (A1, according to CERF), while some respondents' level is even lower.

It is important to note that most respondents have a hard time memorizing English words. They learn by writing methods such as taking notes, and repeated, some-times mechanical, sketching of a word. Thus, they memorize the graphic form of the word only leaving aside other important aspects. The survey results showed the following.

1. The majority of respondents use electronic dictionaries and translators as the main means for learning English.

2. Half of the respondents do not pay attention to the improvement of pronunciation, or are limited to reading transcription

3. It was revealed that almost everyone faces difficulties in understanding the English speech of teachers and classmates. Only 17% of the respondents understand more than 50% of the teachers' statements, while the next 42% understand less than half of the uttered phrases, and the remaining 42% are not capable of understanding foreign speech at all. Two-thirds of the respondents do not understand the English speech of their classmates.

4. The majority of respondents expressed the need for additional tools and technologies to facilitate the process of learning English.

At the same time, Dumler N. P. recommends actively using strategies aimed at mastering the auditory form of the word, since communication can play a big role in the development of vocabulary and vocabulary assimilation [2]. Piradova I. V., Margaryan T. D. and Lysenko I. V. emphasize the effectiveness of

such strategies and suggest jointly, with the help of a partner-students and a teacher, to supplement oral exercises related to the assimilation of vocabulary: creating a dialogue, working with synonyms and antonyms, answering questions and others [9].

According to the survey, it was revealed that hearing impaired learners do not seek to improve the mastery of speech and words pronunciation by means of auditory techniques what prevents them from taking all the advantages of modern methodology achievements. In addition, they tend not to use alternative methods of memorizing words, for example, associations and groupings of words. This circumstance can significantly complicate the process of expanding vocabulary and lexical skills. The problem is typical for majority of learners with hearing impairments engaged in education.

The results of the survey emphasize the need to develop adapted methods and technologies for teaching English to people with hearing impairments in order to provide them with a more effective and up-to-date command of English.

After analyzing the literature and the results of the survey, it was decided to compile a list of strategies for improving lexical stocks of words. Strategies for learning lexical units in English in hearing impaired individuals may include various ways. The methods can be divided into three methods of memorizing lexical units – visual by grouping, reading aloud and sound associations:

1. Strategies aimed at acquiring auditory form of a word:

– Listening to audio recordings with separate lexical units rather than texts followed by matching the sound of the word with its graphics and transcription. It's crucial for hearing impaired student to hear all the elements and phonemes of the target vocabulary. It's important to note that while teaching phonetic letters is considered redundant for modern students, for those with hearing disorders they are still important and helpful;

– Imitating technics with further self-recording. The practice of reproducing lexical units aloud together with the subsequent oneself recording and reflection helps to improve both pronunciation and listening skills;

– Isolation of word-forming elements. Sometimes, repeated listening isn't enough to understand and memorize the form of the word, especially when the word is long. In this case it is recommended to isolate parts of the word or its syllables and work with them separately.

2. Mnemic cognitive strategies:

a. different types of associations such as:

– associations with the environment. Drawing a link between a word and a real object, or situation contribute to memorizing and retention;

– associations with words of native language. The method consists in searching for English words that sound similar to words from the native language, for remembering and pronouncing lexical units.

b. Various grouping, including:

– Generic series: Organization of lexical units by semantic or thematic groups. This contributes to their associative connection and facilitates memorization;

– Synonymous and antonymous series. Aggregation of lexical units with similar or opposite meanings ensure in an in-depth understanding of semantic relations;

– Drawing up an intellectual map. The use of graphic structures, such as mental maps, for the visual organization of lexical units in a schematic form also contributes to an effective assimilation.

It is worth noting that the strategies offered are not universal, students with hearing impairments as well as hearing ones have their individual abilities, characteristics, needs, and preferences. Therefore, the usage of particular strategic methods or their combination is a subject for individual choice.

Thus, we have analyzed specific challenges encountered by hearing impaired language learners and offered a number of strategies that can simplify vocabulary acquisition by students with above-mentioned disorder. It is important to note that ICT can be also helpful in solving the problem, however, as the survey revealed, there exists a lack of learning resources and mobile application intended to assist language learner with hearing impairments, what we see as a future prospect for further research and practical developments.

To conclude, it should be emphasized that fortunately, the number of hearing impaired learners who successfully get integrated in non-specialized educational setting is increasing, therefore, educators are to be aware of inclusive education principles and capable of creating educational environment ensuring efficient teaching\learning process for all the students.

References:

1. Marinskaya A. P. Obuchenie leksicheskomy aspect rechevoy deyatel'nosti s ispolzovaniem potetchiala virtualnih obrazovatel'nyh platform. // Vestnik Gumanitarnogo faculteta SPbGUT im. prof. M.A. Bonch Bruevicha. 2016. № 8. С. 188-193.

2. Dumler N. P. Osobennosti obucheniya inostrannomu yazyku studentov s narusheniyami sluha v usloviyah inklyuzivnogo obrazovaniya vuza // Problemy sovremennogo pedagogicheskogo obrazovaniya. 2021. №72-4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-obucheniya-inostrannomu-yazyku-studentov-s-narusheniyami-sluha-v-usloviyah-inklyuzivnogo-obrazovaniya-vuza> (date of access: 26.09.2023).

4. Ozerchuk A. P. Osobennosti organizatsii uchebno-vospitatel'nogo processa studentov-pervokursnikov s narusheniem sluha // Gumanitarnye nauki. 2015. №1 (29). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-organizatsii-uchebno-vospitatelnogo-protssesa-studentov-pervokursnikov-s-narusheniem-sluha> (date of access: 26.09.2023).

5. Prilepko Y. V., Kozlovskaya G. Y., Filipovich E. I. Individual'naya obrazovatel'naya traektoriya obucheniya russkomu yazyku obuchayushchih s narusheniyami sluha v usloviyah obshcheobrazovatel'noj shkoly // Special'noe obrazovanie. 2019. №4 (56). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/individualnaya-obrazovatel'naya-traektoriya-obucheniya-russkomu-yazyku-obuchayushchih-s-narusheniyami-sluha-v-usloviyah> (date of access: 26.09.2023).

6. Popova, N. M. Osobennosti obucheniya inostrannomu yazyku slaboslyshashchih studentov / N. M. Popova // Teoriya i praktika obucheniya inostrannym yazykam: tradicii i perspektivy razvitiya : materialy V Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy onlajn-konferentsii studentov i molodyh uchyonyh, Moskva, 12 fevralya 2020 goda. – Moskva: Moskovskij gosudarstvennyj oblastnoj universitet, 2020. – S. 213-217. – EDN WIKPAF.

7. Losihina, K. A. Problemy i osobennosti obucheniya inostrannomu (anglijskomu) yazyku slaboslyshashchih detej / K. A. Losihina // Regional'noe obrazovanie: sovremennye tendentsii. – 2022. – № 3(49). – S. 38-41. – EDN VHASCI.

8. Vepreva T. B. Obuchenie professionalno-orientirovannoy leksike studentov neyazykovih specialnostey na osnove integrirovannogo kursa: diss. ...cand. nauk. SPb, 2012

9. Piradova I. V., Margaryan T. D., Lysenko I. V. Inklyuziya studentov s narusheniyami sluha v obshchuyu obrazovatel'nyuyu sredu na zanyatiyah po angliyskomu yazyku: problemy i vozmozhnosti // Gumanitarnyj vestnik. 2023. №1 (99). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/inklyuziya-studentov-s-narusheniyami-sluha-v-obshchuyu-obrazovatel'nyuyu-sредu-na-zanyatiyah-po-angliyskomu-yazyku-problemy-i> (date of access: 26.09.2023).

СТРАТЕГИИ ОВЛАДЕНИЯ СЛОВАРНЫМ ЗАПАСОМ ВТОРОГО ЯЗЫКА, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ УЧАЩИМИСЯ С НАРУШЕНИЯМИ СЛУХА В УСЛОВИЯХ ФОРМАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

А. П. Мариинская, М. А. Зюриков

В статье рассматриваются особенности овладения иностранным языком учащимися с нарушениями слуха в рамках формального образования. Основное внимание уделяется трудностям, с которыми сталкиваются эти учащиеся при восприятии, запоминании и воспроизведении лексических единиц. В статье также представлены результаты проведенного опроса и предлагаются возможные решения выявленных проблем, таких как внедрение конкретных стратегий овладения иностранной лексикой в формальных образовательных учреждениях. Исследование может быть полезным как для преподавателей, обучающихся студентов с нарушениями слуха, так и для студентов, желающих изучать иностранный язык.

Ключевые слова: инклюзивное образование, стратегии овладения словарным запасом, нарушение слуха.

Сведения об авторах

МАРИНСКАЯ Александра Павловна – старший преподаватель кафедры иностранных и русского языка, Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича, (г. Санкт-Петербург, Россия), a.marinskaya@mail.ru

ЗЮРИКОВ Михаил Артурович – магистрант группы ИСТ-331м, Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича, (г. Санкт-Петербург, Россия), mizur@bk.ru

УДК 372.881.111.1

ФОРМИРОВАНИЕ НАВЫКА ОБОСНОВАННОГО РАССУЖДЕНИЯ ПОСРЕДСТВОМ ОБУЧЕНИЯ АКАДЕМИЧЕСКОМУ ПИСЬМУ НА ИНОСТРАННОМ ЯЗЫКЕ

В. А. Иванова

В статье рассматриваются возможности формирования навыка обоснованного рассуждения у магистрантов направления «Бизнес-информатика» в рамках курса «Профессионально-ориентированный иностранный язык». Определена сущность данного навыка, приведены этапы написания академического эссе, в процессе которого формируется данный навык. Описаны трудности и ошибки, возникающие в процессе обучения продуктивной письменной речи, и приведены практические задания для их преодоления.

Ключевые слова: магистранты, письменная речевая деятельность, логическая аргументация, рассуждения.

Цифровой век и технологии обеспечивают платформу для более информированного принятия решений с использованием своевременных и значимых данных. Умение работать с большим количеством данных, выделять среди них релевантные и отделять их от второстепенных формируется, в том числе, и при изучении иностранного языка. Наиболее наглядно данное умение проявляется в продуктах письменной речевой деятельности. В школе таким продуктом является развернутое письменное высказывание с элементами рассуждения на основе таблицы/ диаграммы по предложенной теме проектной работы. На первой ступени высшего профессионального обучения студенты представляют результаты своей письменной работы в виде различных деловых писем и резюме. Педагогический принцип систематичности и последовательности требует развития умений письменной речи и в процессе изучения дисциплины «Профессионально-ориентированный иностранный язык» студентами магистратуры «38.04.05 Бизнес-информатика». Данный курс включает в себя раздел Academic writing, в ходе работы с которым студенты узнают, каковы особенности письменной научной речи по сравнению с другими видами речи; знакомятся с композиционными и речевыми стандартами научного текста; учатся использовать такие лексические единицы и грамматические структуры, которые способствуют воплощению коммуникативного замысла; овладевают способами логичного изложения своей точки зрения и основными приемами аргументации и контраргументации.

Одна из задач, позволяющих достичь высоких академических стандартов магистрантами направления «Бизнес-информатика», заключается в освоении навыка обоснованного рассуждения. Обоснованное рассуждение представляет собой когнитивный процесс, составными частями которого являются анализ, сравнение, интерпретация, оценка и синтез, которые применяются в контексте решения проблем. В процессе обучения студенты овладевают следующими умениями:

- определить существенные элементы проблемы и взаимодействие между этими элементами, использовать электронные инструменты для облегчения анализа;
- построить отношения между существенными элементами проблемы, которые позволяют понять ее, делать выводы на основе фактов, а не мнений;
- оценить сходства и различия в проблемах и их элементах, ранжировать эти элементы и проблемы в зависимости от цели, которую нужно достичь;
- создавать и применять критерии для оценки сильных сторон и ограничений, оценивать данные и возможные решения проблем;
- создавать новые решения с помощью новых комбинаций имеющихся данных;
- избегать логических ошибок в своих рассуждениях, обладая знанием всех типов таких ошибок.

В процессе овладения навыком обоснованного рассуждения студентам необходимо учитывать стилистические особенности, присущие большинству академических письменных материалов:

- установление четкой направленности научного текста посредством формулировки тезиса;
- связь каждого аргумента или комментария с основной темой эссе;
- использование аргументов, основанных на доказательствах;
- следование логической структуре высказывания (введение, основная часть, заключение);
- объективное изложение своих идей и аргументов формальным тоном без использования предвзятого или эмоционального языка.

Овладение навыком обоснованного рассуждения в рамках академического письма представляет собой сложный процесс, требующий «тщательного мышления, дисциплины и концентрации» [1]. Очевидно, что студенты не мыслят логичными абзацами с тщательно спланированным тезисным предложением и подкрепляющими его деталями. Следовательно, необходимо обучать написанию академических текстов как поэтапному процессу, первым шагом в котором является подготовка к написанию эссе. На этом этапе студентам нужно определиться с целью или поводом для написания эссе, типом эссе и целевой аудиторией этой письменной работы. Наконец, учащиеся проводят мозговой штурм, предлагают идеи и собирают информацию по теме эссе. По мнению Аль Муршиди генерация идей по предложенной проблеме может стать серьезной опорой для успешного написания эссе [2].

На этапе составления проекта или плана эссе делается набросок с описанием абзацев и главной мысли, которую будут выражать эти абзацы. Необходимо убедиться, что абзацы связаны между собой по смыслу, а аргументы действительно подкрепляют тезис. Способность аргументировать сосредоточена вокруг знания не только предмета, но и того, как написать четкую и связную аргументацию. По сути, аргумент – это обоснованная позиция по теме, которую вы поддерживаете или защищаете с помощью веских доказательств и обоснованных выводов. Эссе может содержать один общий аргумент и включать ряд более мелких аргументов, которые поддерживают или развивают общую позицию автора. Эта позиция должна быть подкреплена убедительными научными данными, полученными посредством чтения и исследований.

Следующий этап вычитки учащиеся часто путают с простым переписыванием, на этом этапе части текста эссе проверяются на предмет соответствия цели и теме, исправляются орфографические ошибки в словах, корректируется построение предложений. Очень важным аспектом является читаемость текста, студенты обращаются к тезаурусу, чтобы подобрать наиболее подходящие в данном контексте синонимы. Аль Фадда обнаружил, что основные проблемы, с которыми сталкиваются студенты в процессе написания эссе, заключаются в дифференциации между лексикой и фразеологией письменной и устной речи; анализе грамматики, например, согласование субъекта и глагола [3].

Одним из видов академической письменной работы, в которой студенты демонстрируют уровень сформированности навыка обоснованного рассуждения, является написание эссе типа Agree or Disagree, которое предлагается в виде письменного задания в теме «Менеджмент. Основные функции и профессиональные качества менеджера.»

Task: Do you agree or disagree with the following statement? - Some people claim that young people are better in business or in the workplace. Use examples from your own experience to support your answer.

Этап подготовки к написанию эссе, мозговой штурм:

- young people: open to new ideas
- young people: synthesize ideas from a wide variety of sources
- old people: more experienced, lived through many situations
- old people: know better which ideas are good or bad
- old people: save the company from wasted effort

Этап составления плана эссе:

Introduction to the topic:

1) turn a certain age, forced to leave the company.

Background information and thesis statement:

- 2) 60 years old has several good working years;
- 3) older people, not less capable than younger people;
- 4) young people and older people have strengths and weaknesses.

Arguments:

- 5) young people are desired for a job;
- 6) young people are open to new ideas;
- 7) synthesize ideas from a wide variety of sources;
- 8) for example, surfing the Internet, read an article about business in Africa;
- 9) older person might not be interested in such an article;
- 10) young person knows a different perspective;
- 11) older people, more experienced;
- 12) have worked for more years, and have lived through many different situations;
- 13) bad to waste time and money on ideas that do not work;
- 14) experienced person knows better which ideas have good potential;
- 15) that experience saves the company from wasted effort.

Restating your opinion:

- 16) company lets workers rise to full potential;
- 17) young people and old people contribute to the well-being of a business.

Для оценки уровня сформированности навыка обоснованного рассуждения преподавателю необходимо рассмотреть приведенные аргументы с точки

зрения наличия в них логических заблуждений, то есть ложных рассуждений, которые приводят к тому, что аргументы становятся недостоверными или неправдивыми. Практика написания эссе позволила выявить следующие логические ошибки, встречающиеся в работах студентов:

- идея верна только потому, что в нее верят большинство людей;
- два элемента кажутся связанными между собой, следовательно, один из них является причиной другого;
- попытки опровергнуть контраргумент, не обращаясь к сути аргумента;
- примитивизация аргументов оппонента и представление своих аргументов как более очевидный выбор;
- вместо логического обоснования аргументов приводится один случай в качестве подкрепления утверждения.

Для предупреждения упомянутых ошибок учащимся предлагаются следующие задания: прочитайте следующие предложения и решите, являются ли они фактом или мнением; соотнесите тезис эссе и его перефразированный вариант; определите, является ли данное утверждение тезисом, аргументом или заключением; выделите в тексте абзаца основную мысль; определите, являются ли данные утверждения проблемой или решением проблемы; расположите предложения из абзаца в правильном порядке.

Развитие навыка обоснованного рассуждения в процессе формирования продуктивных умений в целом и умений письменной речи в частности, несомненно, является, важной задачей в обучении иностранным языкам. Однако методы и приемы развития данного навыка в настоящее время недостаточно разработаны и требуют дальнейшего исследования.

Список использованных источников

1. Gram iG. M. A. The Effects of Integrating Your Feedback into University-Level ESL Writing Curriculum: A Comparative Study in a Saudi Context (Unpublished doctoral dissertation). Newcastle University. 2010. URL: <https://theses.ncl.ac.uk/dspace/bitstream/10443/933/1/grami> (дата обращения: 22.09.2023).
2. Al Murshid G. UAE university male students' interests impact on reading and writing performance and improvement // *English Language Teaching*. 2014. 7(9), P. 57-63.
3. AlFa de H. Difficulties in academic writing: From the perspective of King Saud University postgraduate students // *English Language Teaching*. 2013. 5(3), P.123-130.

FORMATION OF REASONING SKILLS THROUGH TEACHING ACADEMIC WRITING IN A FOREIGN LANGUAGE

V. Ivanova

The article discusses the development of a reasoning skill among postgraduates in the field of “Business Informatics” within the framework of the discipline “Professionally Oriented Foreign Language”. The essence of this skill is determined, and the stages of writing an academic essay during which this skill is formed are presented. Both the difficulties and mistakes that arise in the process of productive writing and practical tasks for overcoming them are described.

Keywords: master's students, written speech activity, logical argumentation, reasoning.

Сведения об авторе

ИВАНОВА Виктория Александровна — старший преподаватель кафедры иностранных и русского языков, Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича, (г. Санкт-Петербург, Россия), kafedra0109@mail.ru

УДК: 81'27

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В ПРАКТИКЕ ИМЯНАРЕЧЕНИЯ В ШОТЛАНДИИ

Н. Я. Иванченко

Основными задачами социолингвистического исследования, обсуждаемого в статье, явилось изучение традиционных практик и современных тенденций в антропонимическом пространстве Шотландии. Исследования традиций и практик имянаречения актуальны в силу своей социальной значимости. Материалом для сопоставительного анализа послужили статистические данные об именах детей, зарегистрированных в Шотландии в 1900-2022 годы, опубликованные Национальным Реестром Шотландии (National Records of Scotland).

Ключевые слова: традиции и практики имянаречения; шотландский ономастикон; этнокультурная идентичность.

Выбор имени ребенка всегда являлся естественным отражением взаимодействия различных лингвистических и экстралингвистических факторов. [1] В сакральные времена базовым принципом имянаречения было представление о магической силе имени. Человек идентифицировался со своим именем, а с другой стороны, личное имя являлось ключом к жизненной силе его носителя. В современном обществе на передний план выходит стремление выразить в имени ребенка его социокультурную идентичность (национальную, этнокультурную, конфессиональную, гендерную и т. д.). В данной статье мы рассмотрим традиционные и современные практики имянаречения в шотландской лингвокультуре.

Традиционные практики имянаречения в Шотландии

Говоря о шотландской антропонимике, следует иметь в виду, что Шотландия всегда была многоязычным и многонациональным обществом. [2]. До середины XVII в. каждый гэл при рождении получал имя и патронимик в соответствии с кельтской традицией. В свою очередь, англо-саксонские поселенцы, прибывшие на территорию современной Юго-Восточной Шотландии в VI в., следовали древнегерманской традиции имянаречения. И кельтская, и древнегерманская антропонимические традиции восходят к индоевропейской системе имянаречения.

Иллюстрацией древнегерманской традиции имянаречения являются двухосновные имена представителей королевских родов Берниции и Дейры, известные нам из хроники *Historia Brittonum*. [3]

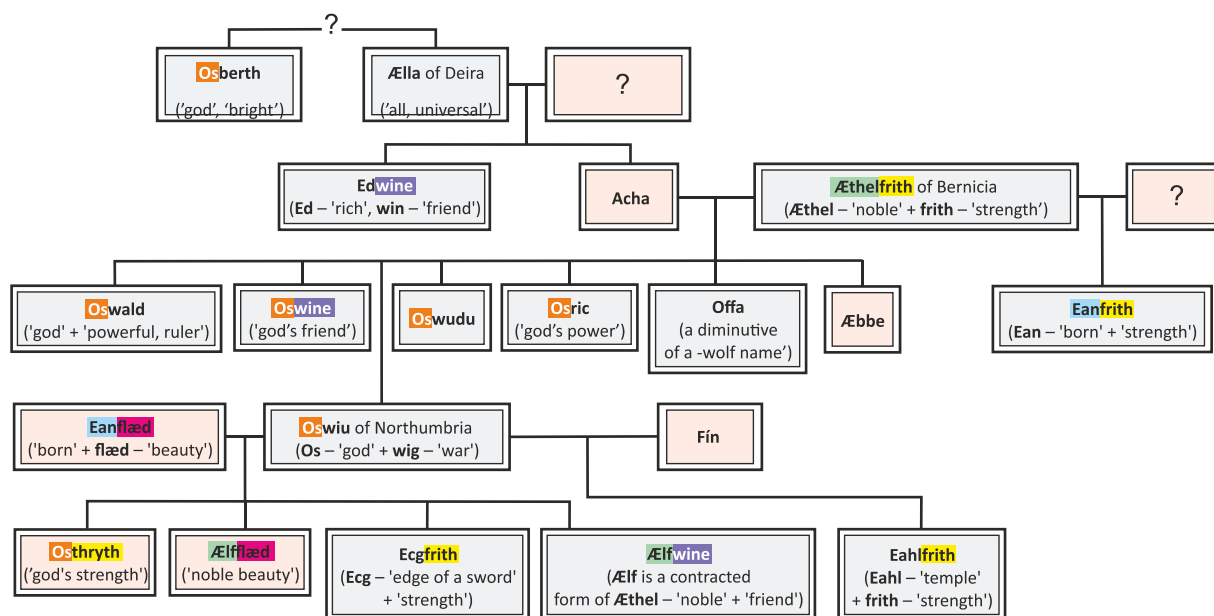


Рис. 1. Древнегерманские традиции имянаречения в англо-саксонских королевских родах Берниции и Дейры.

Как мы видим, основы имен повторяются в разных поколениях, а состав именника пополняется лишь за счет новых матримониальных связей. По имени ребенка можно проследить его родословную. Так же, очевидна сакральная природа этих имен. В мужских именах доминируют основы со значениями: “god”; “ruler”; “noble”; “strength”; “power”; “sword”; “warrior”; “rich”. Более того, основы “god” “noble” и “strength” встречаются и в женских именах.

Имена кельтского происхождения также восходят к общеиндоевропейской системе имянаречения. В шотландском именослове многие исконно гэльские имена, по сути, являются описательными именами-композициями: Donald – “world strength”; Murdo – “sea battle”; Cailean – “young dog”; Conall – “strong wolf”; Dougal – “dark stranger”; Douglas – “dark river”; Fergus – a “man-of-vigour”; Ruairidh / Rory – “red king” и др.

Коренные изменения в шотландском ономастиконе произошли после принятия христианства. Христианские имена были известны на Британских островах и раньше, однако до принятия христианства наречения христианским именем были единичными случаями. Христианизация Шотландии способствовала вытеснению традиционных гэльских и древнегерманских имен, хотя это происходило постепенно и очень медленно. Так, на протяжении всего средневековья выбор имени ребенка в Шотландии формально никак не регламентировался, оставаясь вне сферы влияния церкви.

Нужно отметить, что уже в Средние века некоторые имена начали приобретать популярность, в основном благодаря высокому социальному статусу их носителей. Тем не менее, чаще всего при выборе имени шотландцы ориентировались на традиционные практики имянаречения, принятые в конкретном регионе и в определенной социальной группе. Лишь после решений Тридентского собора 1545-1563 гг. приходские священники получили указание при крещении выбирать имя младенца из церковного календаря.

Изменения в составе шотландского ономастикона в XX в.

Изменения в предпочтениях носителей лингвокультуры при выборе имени ребенка можно проследить по распространенности имени. Другими словами, если проанализировать результаты нескольких синхронных срезов, то можно проследить эволюцию практик имянаречения. [4]

Чтобы определить состав современного шотландского ономастикона мы проанализировали статистические отчеты Национального Реестра Шотландии (National Records of Scotland) о самых популярных именах в Шотландии за 1900-2022 годы. Имена из «Списка 100 самых популярных детских имен в Шотландии за 1900 год» [5] были разделены на 10 групп: 1) шотландские гэльские имена (включая англизированные); 2) имена из других кельтских языков; 3) имена, образованные от шотландских фамилий; 4) имена, образованные от шотландских топонимов; 5) шотландские варианты английских имен; 6) имена нормандского происхождения; 7) традиционные англо-саксонские имена; 8) английские имена; 9) христианские (библейские) имена; 10) другие имена из общеевропейского ономастикона. Имена из 1-5 групп составили категорию имен, выражающих шотландскую этнокультурную идентичность.

В «Списке 100 самых популярных имен Шотландии за 1900 г.» 37 имен для мальчиков и 23 имени для девочек относятся к категории имен, выражающих шотландскую этнокультурную идентичность. Но лишь одно имя из этой категории (Agnes) вошло в десятку самых популярных имен. В остальном, в десятку лидеров вошли имена из общеевропейского ономастикона и их английские варианты.

В «Списке 100 самых популярных имен в Шотландии за 1950 г.» [6] по сравнению с рейтингом 1900 года бросается в глаза диверсификация именника. В частности, выделилась еще одна группа – популярные имена с литературными и «поп-культурными» коннотациями (Walter, Roy, Lorna, Doreen, Pamela, Norma, Marlene, Shirley, Gillian). О диверсификации именника также свидетельствуют статистические данные о доле детей, названных именами, занявшими 10 верхних строк в списке 100 самых популярных имен. В 1900 году это 68,4% мальчиков и 58,1% девочек, а в 1950 году – 53,3% мальчиков и 36,3% девочек соответственно. [7]. Таким образом, к середине XX века активный шотландский именник начал расширяться за счет имен с дополнительными семантическими ассоциациями из художественной литературы и поп-культуры.

Но главное, шотландский именник неуклонно приобретает ярко выраженный шотландский характер: 43 имени для мальчиков и 38 имен для девочек относятся к категории имен, выражающих шотландскую этнокультурную идентичность, причем три имени вошли в первую десятку самых популярных имен (Ian, Brian, Agnes).

«Список 100 самых популярных имен в Шотландии за 1975 г.» [8] свидетельствует о двух главных тенденций в практике имянаречения. Во-первых, продолжается диверсификация именника: лишь 32,6% мальчиков и 20,2% девочек получили имена, вошедшие в список 100 самых популярных детских имен в Шотландии в 1975 г. Во-вторых, продолжает расти популярность имен с выраженной шотландской этнокультурной идентичностью (55 имен для мальчиков и 40 имен для девочек). Женских имен в этой группе по-прежнему

меньше, однако, они быстрее продвигаются на верхние строчки рейтинга. В первую десятку вошли 5 имен с «шотландским характером» для девочек (Karen, Fiona, Sharon, Gillian, Jennifer) и лишь 2 имени для мальчиков (Scott и Steven (с таким написанием)).

При сравнении списков за 1900 и 1950 гг. [9; 10] бросается в глаза заметное сходство между ними, в то время как списки за 1975 и 2000 годы [11; 12; 13] заметно отличаются, особенно списки имен для девочек. На протяжении XX в. наблюдается постепенное снижение доли детей, получивших имена из списка самых популярных имен. Лишь четыре из десятки самых популярных имен для мальчиков 1950 года попали в список самых популярных имен 1975 года, и только одно из них (James) есть в списке за 2000 год. Только два имени – James и Andrew – есть в списках за 1975 и 2000 гг. С другой стороны, если посмотреть на верхние строки списка популярных имен за 2000 год (Jack; Lewis; Ryan; Cameron; James; Andrew; Matthew; Liam; Callum; Jamie.), то мы увидим, что лишь 2 имени, не считая Andrew и James, входили в «Список 100 самых популярных имен за 1900 год»: Lewis и Mathew. Имена Ryan и Liam в 1900 не зарегистрированы.

Сравнение рейтингов популярных имен для девочек за 1900, 1950, 1975 и 2000 годы показывает, что списки популярных имен полностью изменились в период с 1950 по 1975 год, и затем снова в период с 1975 по 2000 год. Ни одно из десяти самых популярных имен для девочек 2000 года (Chloe; Amy; Lauren; Emma; Rebecca; Megan; Caitlin; Rachel; Erin; Hannah) не вошло в «Список 100 самых популярных имен для девочек за 1950 г.». Три имени – Chloe, Caitlin и Erin, занявшие 1, 7 и 9 строчки соответственно в рейтинге 2000 года, не были зарегистрированы в 1950 году. Еще два имени из десятки самых популярных имен для девочек за 2000 год – Lauren и Megan – не были зарегистрированы в 1900 году. Тем не менее, четыре более традиционных имени (Emma; Rebecca; Rachel и Hannah) из десятки самых популярных женских имен 2000 года входили в «Список 100 самых популярных имен для девочек за 1900 г.».

В 1900 году 50% и 38% от общего числа новорожденных мальчиков и девочек соответственно получили имена, вошедшие в пятерку лидеров, а имена John и Mary получили 13% и 12% от общего числа новорожденных мальчиков и девочек соответственно. Казалось бы, такую же картину мы наблюдаем в 2000 году – 50% и 38% от общего числа новорожденных мальчиков и девочек получили имена, занявшие пять верхних позиций в списке самых популярных имен за 2000 г. [14] Но учитывая, что общее число зарегистрированных рождений сократилось в период с 1900 г. до 2000 г. примерно на три пятых – от 131 тыс. в 1900 г. до 53 тыс. в 2000 г., это «совпадение», на самом деле, свидетельствуют о диверсификации шотландского ономастикона. [15, с. 49]. В 1900 г. в он включал примерно 2200 личных имен (1000 мужских и 1200 женских), а в 2000 г. – около 4800 (1850 для мальчиков и 2950 для девочек). В синхронных срезах за 1900 г., как и за 2000 г. в активном обороте было приблизительно 300 имен для мальчиков и 300 имен для девочек. К числу имен, активно использовавшихся в 1900 г. и не зарегистрированных в 2000 г., относятся имена: Albert; Ernest; Walter; Dorothy; Euphemia и Marjory. [16]

Современные тенденции в практиках имянаречения в Шотландии в XXI в.

Сопоставительный анализ списков 100 самых популярных имен для детей в Шотландии за 2010, 2016 и 2022 годы, прежде всего, позволил сделать вывод о том, что этнокультурная идентичность имени является социокультурным фактором, определяющим выбор имени ребенка. 49% имен для мальчиков и 39% имен для девочек в списках самых популярных имен относятся к категории имен, выражающих шотландскую этнокультурную идентичность. [17; 18; 19]

В этой категории особо выделяется подгруппа личных имен, образованных от шотландских фамилий и топонимов. Имена для мальчиков: Arran; Blair; Blake; Brodie; Cameron; Carter; Cody; Cole; Connor; Conor; Corey; Craig; Elliot; Finlay; Finley; Finn; Fraser; Greyson; Hamish; Harris; Harrison; Hudson; Hunter; Kenzie; Kieran; Kyle; Lewis; Logan; Murray; Riley; Ross; Ryan; Scott и Struan. Имена для девочек: Alba; Ayla; Callie; Brooke; Isla; Skye; Harlow; Harper; Iona; Kayleigh; Keira; Lacey; Mirren; Quinn; Rowan и Taylor. Более того, таких имен становится больше, и они стремительно поднимаются к верхним строчкам рейтинга. Таким образом, шотландский именник расширяется за счет новых имен, созданных на основе шотландских топонимов. [20].

Кроме того, эта тенденция, зародившаяся в начале 2000-х и ставшая заметной в 2010-е гг., свидетельствует об активизации процессов имятворчества в условиях современной инфосферы в сочетании с родительским стремлением заявить о своей этнокультурной идентичности. Разумеется, в шотландском именнике и раньше были имена, которые изначально функционировали как фамилии, образованные от географических названий (Logan, Gordon, Lewis, Harris). [21] В современной антропонимической практике, однако, новые личные имена создаются непосредственно из топонимов (Iona, Skye, Isla).

В-третьих, все большей популярностью пользуются имена с «популярными» коннотациями. Многие из них стали «трендовыми» благодаря телевидению, кино или интернету, а также благодаря знаменитостям, которые носят это имя или выбрали его для своего ребенка. Особенно заметна эта тенденция в списке имен для девочек: Amelie; Amelia; Millie; Amy; Esme; Ava; Charlotte; Amber; Zara; Scarlett; Willow; Lexi; Brooke; Sienna; Mila; Phoebe; Paige; Lola; Ellie; Georgia; Summer; Bella; Madison; Maya; Arya; Aria; Arianna; Ariana; Ruby. [22].

Таким образом, анализ изменений в шотландском ономастиконе позволил выявить три заметные тенденции в практике имянаречения в современной Шотландии. Состав шотландского ономастикона быстро меняется и постоянно расширяется. Стремление родителей ребенка заявить о своей этнокультурной идентичности является важнейшим социокультурным фактором при имянаречении. В этом контексте в условиях современной инфосферы активировались процессы имятворчества.

Список использованных источников

1. Bush S. J., Powell-Smith A., Freeman T. C. Network analysis of the social and demographic influences on name choice within the UK (1838-2016) // PLoS ONE – 2018

- № 13 (10). URL: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0205759> (last request: 04.11. 2023).
2. Bramwell E. S. Names in multi-cultural Scotland // 23rd International Congress of Onomastic Sciences, Toronto, Canada, 17-22 August 2008. – P. 158-163.
3. List of monarchs of Northumbria. [Электронный ресурс] URL: [http://www.1066.co.nz/Mosaic%20DVD/whoswho/text/List_of_monarchs_of_Northumbria \[1\].htm](http://www.1066.co.nz/Mosaic%20DVD/whoswho/text/List_of_monarchs_of_Northumbria%20[1].htm) (last request: 04.11. 2023).
4. Врублевская О. В. Понятие «мода» в ономастике // Гуманитарные и социальные науки. – 2014. – № 2. – С. 484–487. URL: <http://www.hses-online.ru/2014/02/095.pdf> (дата обращения: 04.11. 2023).
5. Lists of the top hundred names in 1900 (a) by rank (b) alphabetically. URL: https://webarchive.nrscotland.gov.uk/20210314115440mp_/https://www.nrscotland.gov.uk/files/statistics/name6.pdf (last request: 04.11. 2023).
6. Lists of the top hundred names in 1950 (a) by rank (b) alphabetically. URL: https://webarchive.nrscotland.gov.uk/20210314115440mp_/https://www.nrscotland.gov.uk/files/statistics/name2.pdf (last request: 04.11. 2023).
7. Jackson G. W. L., Donnelly G. L. Popular Forenames in Scotland, 1900–2000. [Электронный ресурс] National Records of Scotland. – 2001. URL: https://webarchive.nrscotland.gov.uk/20210314115440/https://www.nrscotland.gov.uk/statistics-and-data/statistics/statistics-by-theme/vital-events/names/occasional-papers/occasional-paper-no-2-popular-forenames-in-scotland-1900-2000#popular_forenames_2000 (last request: 04.11. 2023).
8. Lists of the top hundred names in 1975 (a) by rank (b) alphabetically. URL: https://webarchive.nrscotland.gov.uk/20210314115440mp_/https://www.nrscotland.gov.uk/files/statistics/name3.pdf (last request: 04.11. 2023).
9. Lists of the top hundred names in 1900.
10. Lists of the top hundred names in 1950.
11. Lists of the top hundred names in 1975.
12. Top 100 girls' names, Scotland, 2000 (provisional) – listed alphabetically. National Records of Scotland. URL: <https://www.nrscotland.gov.uk/files/statistics/name8.pdf> (last request: 04.11. 2023).
13. Top 100 boys' names, Scotland, 2000 (provisional) – listed alphabetically. National Records of Scotland. URL: <https://www.nrscotland.gov.uk/files/statistics/name4.pdf> (last request: 04.11. 2023).
14. Jackson G. W. L., Donnelly G. L. Popular Forenames in Scotland, 1900–2000.
15. Scotland's Population – The Registrar General's Annual Review of Demographic Trends. URL: <https://www.nrscotland.gov.uk/files/statistics/rgar/2019/rgar-2019.pdf> (last request: 04.11. 2023).
16. Jackson G. W. L., Donnelly G. L. Popular Forenames in Scotland, 1900–2000.
17. Top 100 boys' and girls' names, Scotland, 2010, showing changes since 2009. URL: <https://www.nrscotland.gov.uk/files/statistics/popular-forenames/babiesnames2010-table1.pdf> (last request: 04.11. 2023).
18. Full list of first forenames given, Scotland, 2016 (final) in rank order. URL: <https://www.nrscotland.gov.uk/files/statistics/popular-forenames/2016/babiesnames-2016-table5.pdf> (last request: 04.11. 2023).
19. Babies' First names 2022. URL: <https://www.nrscotland.gov.uk/statistics-and-data/statistics/statistics-by-theme/vital-events/names/babies-first-names/babies-first-names-2022> (last request: 04.11. 2023).
20. The Oxford Dictionary of Family Names in Britain and Ireland. Vol. 2. Oxford: Oxford University Press. – 2016. – 3136 p.

21. Celtic surnames as given names. // British baby names. [Electronic resource]
URL: <https://www.britishbabynames.com/blog/2011/11/celtic-surnames.html> (last request: 04.11. 2023).

22. Babies' First names 2022.

CURRENT TRENDS IN PERSONAL NAMING PRACTICES IN SCOTLAND

N. Ivanchenko

The main objectives of the sociolinguistic research discussed in this paper were to study traditional practices and current trends in the anthroponymic space of Scotland. Linguocultural studies of traditional naming patterns and personal naming practices are relevant due to their social significance. The material for comparative analysis was statistical data on the given names of children registered in Scotland in 1900-2022, published by the National Records of Scotland.

Keywords: Scottish naming traditions and practices; Scottish naming pool; ethnocultural identity

Сведения об авторе

ИВАНЧЕНКО Наталья Яковлевна – кандидат филологических наук, доцент, факультет социальных цифровых технологий, кафедра иностранных и русского языка, Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича, (г. Санкт-Петербург, Россия), nata.ivanchenko@gmail.com

УДК 372.881.111.1

ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ В ОБУЧЕНИИ АНГЛИЙСКОМУ ЯЗЫКУ В ВУЗЕ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

И. Н. Коренецкая, А. А. Кузьмиченко

В статье рассматриваются современные методы обучения иностранному языку, история появления искусственного интеллекта, его интеграция в образование, виды чат-ботов и их возможности для обучения английскому языку, приводятся результаты опроса студентов нелингвистических направлений Псковского государственного университета с целью выявления отношения к использованию искусственного интеллекта в обучении, рассматриваются преимущества и спорные вопросы искусственного интеллекта в образовании.

Ключевые слова: искусственный интеллект, чат-бот, методы обучения английскому языку.

В результате глобальных изменений в нашем обществе, важность обучения иностранным языкам в системе образования сложно переоценить. Иностранный язык превратился не только в один из главных элементов современной системы образования, но и в средство реализации профессиональной компетентности личности. Современное обучение невозможно представить вне киберпространства без «умных устройств» для онлайн-занятий, смешанного обучения, и виртуальных ассистентов в обучающих приложениях для смартфонов.

Технологии искусственного интеллекта (ИИ) приводят к трансформациям в различных сферах, в том числе и в обучении английскому языку. Целью данной работы является обзор существующих методов обучения иностранному языку (ИЯ) в аспекте исследований по ИИ и выявление отношения субъектов образовательного процесса к интеграции ИИ в обучение. Научно-технический прогресс изменил систему приоритетов в обучении студентов, обозначив необходимость наличия определенного набора компетенций специалиста. Однако сложившаяся образовательная система в значительной степени была ориентирована на запоминание и репродуктивное воспроизведение, что в новых условиях не укладывается в стандарты качества подготовки специалистов [1].

Все вышесказанное относится и к обучению иностранному языку в вузе, поскольку иностранный язык выступает инструментом «глобализации» образования, что обусловило необходимость поиска новых методов и технологий обучения. Методика обучения ИЯ на сегодняшний день обладает широким спектром педагогических инструментов, среди которых используются как метапредметные, так и специальные методы и технологии: интерактивный, эвристический, проблемного обучения, метод языкового портфеля («портфолио»), метод проектов, проблемных дискуссий, мозгового штурма, метод ситуационного анализа (кейсов), обучение в сотрудничестве, метод проектов, тандем-метод, метод компьютерных технологий, дистанционное обучение

и аудиовизуальные технологии [2, с. 130; 3, с. 227; 4, с. 60-70]. В методике преподавания ИЯ используются и традиционные методы, такие как грамматико-переводной, который включает: чтение литературы по специальности на языке оригинала; перевод, в том числе, письменный; изучение общеупотребительной и терминологической лексики; грамматические упражнения. Особенности некоторых из перечисленных методов обучения ИЯ представлены ниже.

Таблица 1.

Особенности некоторых методов обучения ИЯ

Название метода	Особенности
Прямой метод	Отсутствует перевод; принцип наглядности; активное говорение; обучение грамматике путем индукции
Коммуникативный метод	Активность студента во всех видах речевой деятельности; процесс изучения языка подчинен коммуникативной необходимости
Аудиолингвальный метод	Активное говорение; изучение языкового материала через аудирование, без опоры на текст
Аудиовизуальный метод	Ограниченный лексико-грамматический материал; активное говорение; интенсивное аудирование; использование аудиовизуальных технических средств
Метод портфолио	«Инструмент самооценки собственного познавательного, творческого труда ученика, рефлексии его собственной деятельности...комплект документов, самостоятельных работ учащихся» [5, с. 126]
Кейс-метод	Самостоятельное решение проблемной ситуации на основе имеющихся знаний; работа преподавателя носит тьюторский характер
Тандем-метод	Взаимообучение двух учащихся с разными родными языками
Метод дистанционного обучения	Самостоятельная работа студента, преподаватель выполняет функцию контроля
Компьютерное обучение ИЯ	Специальные компьютерные программы для обучения ИЯ, роль преподавателя номинальна / преподаватель отсутствует

В современной высшей школе метод обучения ИЯ представляется возможным назвать *гибридным*, поскольку обучение построено, скорее, на симбиозе традиционных и инновационных методов, включая применение технологий ИИ.

Проблема изучения ИИ имеет обширный научный контекст и активно исследуется в современной научной литературе.

Типичный пример системы искусственного интеллекта и один из самых распространенных примеров интеллектуального взаимодействия человека и компьютера – это чат-бот. Идея чат-бота была популяризирована в 1950 году Аланом Тьюрингом. Первым известным чат-ботом была ELIZA в 1966 г. В 1972г. был разработан чат-бот PARRY. В 1995 году появился чат-бот ALICE,

получивший звание «самого человеческого компьютера». Потом появились виртуальные личные помощники Apple Siri, Microsoft Cortana, Amazon Alexa, Google Assistant и IBM Watson [6].

Исследователи пытались найти баланс между обучением в традиционном формате и обучением с использованием ИИ [6]. В результате было выявлено, что обучающиеся демонстрировали более высокие результаты, когда их обучали одновременно традиционные учителя и учителя-роботы.

Как отмечают Попеничи и Керр, ИИ еще не готов заменить учителей, а технологии должны соответствующим образом использоваться для расширения возможностей человека [7].

Согласно данным исследования Х. Ким о готовности учителей EFL к использованию ИИ, учителя готовы использовать новые технологии, но у них недостаточно знаний об ИИ. Кроме того, респонденты скептически отнеслись к тому, что ИИ внесет существенные изменения в EFL [8]. Исследователи также высказывают опасения относительно того, обеспечивает ли ИИ фактическое обучение и улучшает ли иноязычные навыки студентов [9; 10].

Чат-боты можно классифицировать по разным параметрам: предметная область знаний, предоставляемая услуга, цели, метод обработки входных данных и генерации ответов, участие человека и метод конструирования [11].

Технологии естественного языка (natural language processing) и машинного обучения (machine learning) позволили разработать программы чат-ботов для обучения иностранному языку. Применительно к обучению иностранному языку «чат-бот» определяется как «диалоговая обучающая программа, способная на основе технологий естественного языка и машинного обучения, и заложенных в нее алгоритмов речевого поведения человека развивать иноязычные ... речевые умения обучающегося посредством поддержания с ним диалога» [12].

Рассмотрим некоторые возможности популярных чат-ботов, которые преподаватель может применять в обучении английскому языку:

Chat GPT, Perplexity AI – это текстовые чаты, которые позволяют генерировать лексико-грамматические упражнения, переводить или делать компрессию текста, генерировать истории для сторителлинга, составлять кейсы для учебного мастермайнда.

TWEE содержит разделы на обработку всех видов речевой деятельности на английском языке и включает генерацию текста на заданную тему, T/F – задания, создание диалога на базе текста; создание упражнений на заполнение пропусков, генерацию предложений с нужным вокабуляром, создание скрипта к ролику из YouTube, генерацию списка вопросов к ролику из YouTube.

DALL•E 2, Dream by Wombo, Lexica генерируют абстрактные иллюстрации без нарушения авторских прав, так как они создают новый оригинальный продукт компилируя фрагменты из разных изображений.

Сервис **Murf** позволяет генерировать аудио. Он позволяет добавить текст, сгенерированный нейросетью, и озвучить его голосами на любом языке. Данный сервис позволяет создавать видео-контент для обучающего ролика.

В сервисе **Synthia** есть несколько десятков аватаров – виртуальных спикеров – которые будут произносить текст на основе текстового описания.

Использование ИИ в обучении английскому языку, безусловно, имеет целый ряд преимуществ:

- повышение мотивации обучающихся за счет персонализированного режима;
- с помощью ИИ студенты могут получать мгновенную обратную связь по ошибкам и корректировать их;
- доступность.

Несмотря на преимущества, использование ИИ в обучении английскому языку имеет несколько спорных вопросов:

- ограничения языковой модели: искусственный интеллект может столкнуться с трудностями в правильной интерпретации смысла и контекста;
- недостаток глубокого понимания: ИИ может обладать обширными возможностями, но у него могут возникнуть трудности в применении знаний в контексте реального диалога;
- шаблонность и ограниченный набор фраз, используемых чат-ботом.

С целью выявления отношения к использованию ИИ в обучении ИЯ студентами нелингвистических направлений нами был проведен опрос «Информационные технологии в обучении иностранному языку: испытание новой действительностью» среди студентов 1-2 курсов ФГБОУ ВО «Псковский государственный университет».

В опросе приняли участие 154 студента очной формы обучения по следующим направлениям подготовки (Диаграмма 1):

Укажите Ваше направление подготовки:

154 ответа

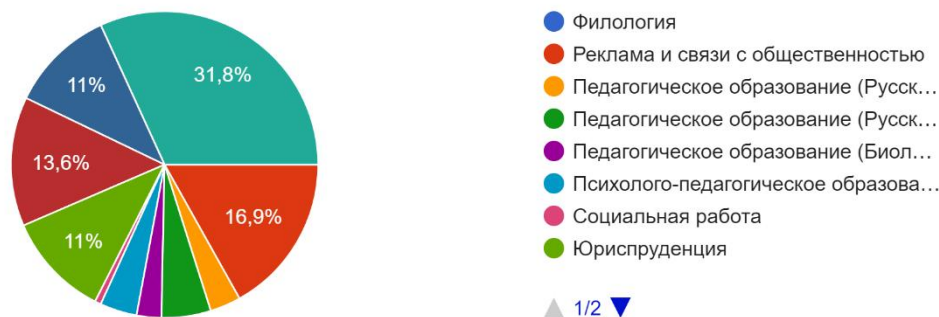


Диаграмма 1. Направления подготовки респондентов.

Уровень владения иностранным языком студентов, принимавших участие в опросе, варьируется от Elementary до Advanced (по результатам входного тестирования для 1 курса и промежуточного тестирования – для второго): Elementary – 26,6%, Pre-Intermediate– 30,5%, Intermediate– 31,8%, Upper-Intermediate– 7,1%, Advanced– 3,9%.

Свой уровень мотивации в изучении иностранного языка опрошенные студенты оценивают следующим образом: Высокий – 18,2%, Низкий – 18,8%.

Опрошенные студенты отмечают, что их прогрессу в изучении английского языка мешают следующие факторы: недостаточное количество занятий

– 16,2%, недостаточная мотивация – 53,9%, сложная грамматика – 44,8%, отсутствие персональной поддержки и обратной связи – 24%, отсутствие времени для изучения – 53,2%.

Говоря о предпочтениях в области формата обучения, студенты отмечают следующее: традиционные занятия с преподавателем – 67,7%, онлайн занятия с преподавателем – 22,6%, мобильные приложения для самостоятельного обучения – 37,4%, онлайн курсы или видеоуроки – 32,3%, обучение через игры и развлекательные приложения – 57,4%, обучение через цифровых ассистентов (нейросети, искусственный интеллект) – 14,2%.

Относительно изменений, которые студенты хотели бы видеть в процессе обучения английскому языку, 37,4% респондентов высказались за использование новых инструментов и технологий, а 41,9% отметили необходимость более интерактивных занятий.

Однако студенты не готовы уделять много времени самостоятельному изучению языка: более 2 часов еженедельно готовы уделить 9,7% студентов, в то время как 47,1% уделяют самостоятельной работе менее 30 минут.

От цифрового ассистента студенты ожидают: разъяснения сложных конструкций и правил – 69,7%, коррекцию ошибок – 67,7%, ответов на вопросы по аспектам грамматики и лексики – 54,8%. 18,1% студентов оценивают свой уровень владения информацией о нейросетях в обучении как высокий, в то время как 8,4% не знают об использовании нейросетей в образовании.

Большинство респондентов (56,1%) имеют положительное впечатление от использования нейросетей. Среди преимуществ использования цифровых инструментов для изучения иностранного языка студенты отмечают удобство, доступность, эффективность, упрощение процесса обучения, возможность самостоятельно изучать иностранный язык, объяснение сложных правил, скорость выполнения, богатый и интерактивный контент, эффект присутствия преподавателя, гибкость настройки под уровень, быстрый поиск ответа под запрос, повышение мотивации. Большинство студентов (76,2%) высказываются в пользу частичного внедрения нейросетей в обучение. Ежедневно для изучения иностранного языка цифровые инструменты используют 23,1% опрошенных. Большинство студентов (89,1%) отмечают положительные результаты от использования цифровых инструментов в изучении иностранного языка.

Среди трудностей, с которыми сталкивались студенты при использовании цифровых инструментов в изучении ИЯ, отмечается большой материал для освоения, неточность результатов и однотипность заданий, платные подписки, отсутствие системности в самостоятельных занятиях, соблазн отвлечься от тематики занятия, неудобный интерфейс, сложность в поиске качественных приложений, отсутствие возможности развития умений говорения, отсутствие эмоционального контакта.

Большинство респондентов (76,9%) считают, что необходимо повышать доступность и эффективность цифровых ресурсов для изучения иностранного языка.

Таким образом, использование искусственного интеллекта может позволить преподавателям сделать процесс обучения более увлекательным за счет применения технологий для погружения в виртуальную среду. Появление

новых технологий не умаляет роли педагога – технологии расширяют его возможности, но не могут заменить его. Более того, педагога считают важным фактором раскрытия потенциала технологий для совершенствования учебно-методической деятельности. ИИ позволяет педагогам существенно сократить временные затраты на изучение, сопоставление и обработку данных. Потенциал ИИ призван повысить эффективность деятельности преподавателей и создать оптимальные условия для обучения и развития обучающихся.

Список использованных источников

1. Каримова Л. А. Содержание и технологии обучения иностранным языкам в условиях модернизации высшей профессиональной школы (на примере неязыковых вузов стран – участниц Болонского процесса). Дисс. ... канд. пед. наук. 13.00.01. – Казань, 2009.
2. Подласый И. П. Педагогика: 100 вопросов – 100 ответов: учеб. пособие для вузов. М.: ВЛАДОС-пресс, 2004.
3. Данилова Е. А. Обучение английскому языку в высшей школе: зарубежный опыт // Вестник МФЮА № 4/2013. – С. 226-232.
4. Каминская Е. В., Макшанцева Е. А. Методы и технологии преподавания иностранных языков в современном вузе // Язык науки и профессиональная коммуникация. 2021. № 2 (5). – С. 58-78.
5. Полат Е. С., Бухаркина М. Ю., Моисеева М. В., Петров А. Е. Новые педагогические и информационные технологии в системе образования. М.: Академия, 2001.
6. Adamopoulou E., Moussiades L. An Overview of Chatbot Technology // IFIP Advances in Information and Communication Technology. 2020. Vol. 584. P. 373-383. – URL: https://doi.org/10.1007/978-3-030-49186-4_31 (last request: 14.09.2023).
7. Popenici S. A. D., & Kerr S. Exploring the impact of artificial intelligence on teaching and learning in higher education. Research and Practice in Technology Enhanced Learning, 12(1), 22. – URL: <https://telrp.springeropen.com/articles/10.1186/s41039-017-0062-8> (last request: 07.10.2023).
8. Kim H. S. & Kim H. A study of Korean English teachers' future readiness for the fourth industrial revolution. Multimedia-Assisted Language Learning, 20(3), 179-205. – URL: https://www.researchgate.net/publication/332687593_Kim_Hyosun_2019_The_Perception_of_Teachers_and_Learners_towards_an_Exploratory_Corpus-based_Grammar_Instruction_in_a_Korean_EFL_Primary_School_Context_Primary_English_Education_251_123-152 (last request: 07.10.2023).
9. Garcia I., & Pena M. I. Machine translation-assisted language learning: Writing for beginners. Computer Assisted Language Learning, 24(5), 471-487. – URL: https://www.researchgate.net/publication/254216820_Machine_translation-assisted_language_learning_Writing_for_beginners (last request: 07.10.2023).
10. Çakmak F. Chatbot-human interaction and its effects on EFL students' L2 speaking performance and speaking anxiety // Novitas-ROYAL (Research on Youth and Language). 2022. № 16 (2). P. 113-131. – URL: <https://novitasroyal.org/download/chatbot-human-interaction-and-its-effects-on-eFL-students-l2-speaking-performance-and-anxiety/unaidi J., Hamuddin B., Julita K., Rahman F.> (last request: 11.10.2023).
11. Yoon S. Y. Student readiness for AI instruction: perspectives on AI in university EFL classrooms // Multimedia-Assisted Language Learning. 2019. № 22 (4). P. 134-160. – URL: <https://doi.org/10.15702/mall.2019.22.4.134> (last request: 14.09.2023).
12. Сысоев Павел Викторович, Филатов Евгений Михайлович Чат-боты в обучении иностранному языку: преимущества и спорные вопросы // Вестник ТГУ. 2023. №1. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/chat-boty-v-obuchenii-inostrannomu-yazyku-preimuschestva-i-spornye-voprosy> (дата обращения: 27.10.2023).

ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN TEACHING ENGLISH AT UNIVERSITY: PROBLEMS AND PROSPECTS

I. Korenetskaya, A. Kuzmichenko

The article discusses modern methods of teaching a foreign language, the history of the emergence of artificial intelligence, its integration into education, types of chat-bots and their possibilities for teaching English, provides the results of a survey of students of non-linguistic areas of Pskov State University in order to identify attitudes to the use of artificial intelligence in education, discusses the advantages and controversial issues of artificial intelligence in education.

Keywords: artificial intelligence, chat-bot, methods of teaching English.

Сведения об авторах

КОРЕНЕЦКАЯ Ирина Николаевна – кандидат педагогических наук, доцент, доцент кафедры иностранных языков для нелингвистических направлений, ФГБОУ ВО «Псковский государственный университет», (г. Псков, Россия), irinallo@mail.ru

КУЗЬМИЧЕНКО Анна Александровна – старший преподаватель кафедры иностранных языков для нелингвистических направлений, ФГБОУ ВО «Псковский государственный университет», (г. Псков, Россия), annakuzmichenko@gmail.com

УДК: 372.8:811
ГРНТИ: 16.31.51.

ОРГАНИЗАЦИЯ ВНЕАУДИТОРНОЙ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ В ТЕХНИЧЕСКОМ ВУЗЕ

А. В. Кузьмина

В статье говорится о роли внеаудиторной работы студентов в процессе изучения иностранных языков в техническом вузе. Рассматриваются различные формы самостоятельной работы. Описана организация внеучебной самостоятельной работы студентов в техническом вузе. Проводится анализ мнений студентов по применению ИКТ во внеаудиторной самостоятельной работе при обучении студентов английскому языку.

Ключевые слова: обучение иностранным языкам, учебный веб – сайт, информационно-коммуникационные технологии, внеаудиторная деятельность, анкетирование.

В настоящее время многие преподаватели иностранного языка в техническом вузе сталкиваются с такими проблемами как низкий уровень школьной подготовки, отсутствие мотивации к изучению иностранного языка и сокращение аудиторных часов для изучения иностранного языка. Все эти проблемы влияют на уровень владения иностранным языком, и, к сожалению, у большинства студентов после прохождения курса «Иностранный язык» уровень знаний остается недостаточным для применения его в их профессиональной деятельности.

Так, в государственных образовательных стандартах высшего профессионального образования (например, ГОС ВПО, 2005) второго поколения [1] есть четкое положение относительно количества максимальной нагрузки студентов. Оно равно 54 часам в неделю, включая все виды аудиторной и внеаудиторной (самостоятельной) работы. Если принять во внимание, что объем аудиторных занятий студента очной формы обучения не должен превышать в среднем 27 часов в неделю, то объем самостоятельной работы студента (СРС) также не должен превышать 27 часов в неделю.

В Федеральных государственных образовательных стандартах высшего образования (ФГОС ВО) третьего поколения, например, категории 3+ по направлению 09.03.02 «Информационные системы и технологии» (2017) [2] введена компетенция УК-6, которая формулируется как «способность к организации и управлению своим временем, выстраиванием и реализацией траектории саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни». Реализация этой универсальной компетенции означает, что формирование указанной компетенции является обязательным требованием к организации образовательного процесса.

По этой причине необходимо найти способы повышения эффективности обучения студентов дисциплине «Иностранный язык». Организация внеауди-

торной самостоятельной работы студентов является наилучшим способом изучения иностранных языков.

К внеаудиторной самостоятельной работе относят вид учебной деятельности, которую обучающийся выполняет индивидуально или в группе в установленном время и в установленном объеме без непосредственной помощи и указаний преподавателя, руководствуясь сформированными ранее представлениями о порядке и правильности выполнения действий [1].

Говоря о внеаудиторной самостоятельной работе студента применительно к изучению иностранного языка, можно выделить несколько функций. Нужно отметить, что все эти функции самостоятельной работы взаимосвязаны. Рассмотрим подробнее основные функции внеаудиторной самостоятельной работы. Во-первых, это обучающая функция, которая реализуется в формировании и совершенствовании языковых компетенций, повторении и закреплении изучаемого материала студентами дома. Во-вторых, диагностическая функция, которая реализуется в установлении степени усвоения материала на каждом этапе обучения. Кроме того, важная задача этой функции состоит в том, чтобы распознавать трудности в усвоении лексического и грамматического материала и определять степень эффективности обучения. В-третьих, это управляющая функция, которая реализуется в управлении дидактическим процессом обучения при помощи корректировки методики обучения в соответствии с уровнем владения иностранным языком и индивидуальными особенностями обучающихся. В-четвертых, это оценочная функция, которая реализуется в оценивании деятельности в процессе внеаудиторной самостоятельной работы. В-пятых, это мотивационная функция, которая реализуется в создании положительной мотивации для обучения, поощрения познавательного интереса [3].

Обратимся теперь к преимуществам самостоятельной работы студентов. По мнению Точиной Ю. Н., самостоятельная работа повышает ответственность каждого учащегося, в результате чего улучшается его успеваемость по предмету. Чтобы вовремя сдать задание, студенты при организации своего учебного времени сталкиваются с такими трудностями, как неумение планировать свое время, учитывая свои индивидуальные особенности умственной деятельности. Как правило, студенты переоценивают свои возможности, ведь не каждый может выучить весь учебник за один день [4].

Приобретая навык учиться самостоятельно, студент становится способным выполнять поиск, анализ профессионально значимой информации, давать ей оценку, а также учиться и самообразовываться, соответствуя требованиям современных профессиональных стандартов. Таким образом, будущие специалисты становятся конкурентоспособными на современном рынке труда.

По мнению Точиной Ю. Н., вторым неоспоримым преимуществом самостоятельной работы студента является активизация познавательных процессов и всей учебной деятельности студента. В своей статье Точилина Ю. Н., ссылаясь на психологию, утверждает, что знания, которые студенты получают самостоятельно, усваиваются лучше и на более длительный период времени, чем знания, которые они получили в готовом виде от преподавателя. Действительно, во время самостоятельной работы студент концентрирует все свое внимание на изучаемом материале, что дает возможность включиться активно в учебный процесс, а не оставаться пассивным слушателем [4].

Точилина Ю. Н. обращает внимание в своей статье на то, что роль внеаудиторной самостоятельной работы изменилась. Если раньше основной целью самостоятельной работы было закрепление полученных на занятии знаний, то сейчас все большую популярность приобретает модель опережающей самостоятельной работы. Приведем определение опережающей самостоятельной работы. Согласно электронной энциклопедии «Википедия», опережающее обучение – вид обучения, при котором краткие основы даются преподавателем до того, как начнётся изучение темы по программе [5]. Краткие основы могут даваться как тезисы при рассмотрении смежной тематики или представлять собой ненавязчивые упоминания, примеры, ассоциации.

В современном мире, где компьютер или смартфон у студентов становится неотъемлемым предметом употребления, внеаудиторная самостоятельная работа все чаще осуществляется с применением информационных технологий. Считается, что при обучении иностранным языкам применение электронных ресурсов, таких как учебный сайт университета, в режиме внеаудиторной работы студентов дает следующие преимущества. Во-первых, это возможность перераспределения аудиторной и внеаудиторной работы студентов в условиях дефицита аудиторных часов. Аудиторная работа не превышает четырех академических часов в неделю на изучение иностранного языка в техническом вузе. При этом предполагается, что студент после прохождения курса «Иностранный язык» будет достаточно свободно владеть иностранным языком и сможет читать и переводить научно - технические статьи по своей специальности, сможет выступать с научными докладами на международных конференциях. Также считается, что для решения поставленной задачи использование учебного сайта университета является наиболее оптимальным вариантом. Так, например, в Санкт-Петербургском государственном университете телекоммуникаций обучение видеоаудированию проводится при помощи внеаудиторной опережающей самостоятельной работы, т. е. сначала студенты смотрят видеоролик на учебном сайте университета, а потом на занятии проводится обсуждение темы, затронутой в ролике. Таким образом, самостоятельный просмотр видеоролика экономит время занятия. Кроме того, студенты, просмотрев заранее видеоролик, приходят на занятие более подготовленными, а на самом занятии они активнее участвуют в учебном процессе. Во-вторых, наблюдается повышение мотивации студентов в изучении иностранных языков за счет применения информационных технологий, поскольку сегодняшние студенты – это так называемое «цифровое поколение молодых людей», которое с раннего возраста использует все возможные устройства, считая их незаменимыми и привычными в повседневной жизни. Эти устройства помогают им учиться, выполнять домашние задания.

Рассмотрим теперь как организована внеаудиторная самостоятельная работа студентов первого курса по дисциплине «Иностранный язык» на всех технических направлениях, получающих степень бакалавра в Санкт-Петербургском государственном университете телекоммуникаций. Нужно отметить, что основным учебным пособием, по которому проводится аудиторная работа, является разработанное преподавателями кафедры иностранных и русского языков Санкт-Петербургского государственного университета телекоммуникаций, Е. Ф. Сыроватской, Е. П. Желтовой, А. Б. Комиссаровым, Н. Н. Никифоровой пособие [6]. Этот учебник направлен на развитие умений

деловых коммуникаций в устной и письменной форме на иностранном языке с учетом профессионально-ориентированного направления студентов. При этом для организации самостоятельной работы студенты используют информационные технологии, в частности, сайт lms.spb.gut.ru. Задания, разработанные преподавателями кафедры иностранных и русского языков, даются в качестве домашнего задания по двум изучаемым аспектам иностранного языка: по лексике и по грамматике.

Преподаватель на своем компьютере видит, какие ошибки по грамматике совершил студент и на занятии объясняет эти ошибки.

Для эффективной внеаудиторной самостоятельной работы на сайте разработаны и размещены наиболее эффективные задания. По этой причине мы решили проанкетировать студентов первого курса Санкт-Петербургского государственного университета телекоммуникаций (СПбГУТ) и выяснить, насколько понятны, по мнению учащихся, задания для внеаудиторной самостоятельной работы на сайте lms.spb.gut.ru при изучении английского языка, и, возможно, впоследствии модернизировать некоторые задания [7]. Всего в анкетировании приняло участия 72 человека. Возраст студентов вуза составил 17-19 лет. Опрос проводился в очной форме посредством заполнения анкет.

В результате анкетирования мы выяснили, что у всех опрошенных студентов есть свой собственный компьютер или смартфон, который позволяет выполнять домашнее задание на сайте lms.spb.gut.ru. Нужно учитывать то, что наличие у студентов смартфонов является важным критерием при организации внеаудиторной работы студента.

На момент анкетирования у всех опрошенных студентов имелся свой собственный компьютер или смартфон, с помощью которых осуществлялся выход на сайт lms.spb.gut.ru с домашним заданием. Этот важный критерий при организации внеаудиторной работы студента также учитывался во время опроса. Важно отметить, что, отвечая на вопрос анкеты «Нужна ли внеаудиторная самостоятельная работа студентам?», никто из респондентов не ответил, что такой вид обучения – пустая трата времени. В результате анкетирования оказалась, что приблизительно 70% уверены, что выполнение домашнего задания на сайте lms.spb.gut.ru им необходимо для закрепления навыков самостоятельного выполнения аудиторных практических заданий по иностранному языку. 31% опрошенных заявили, что выполнение заданий по грамматике и лексике на сайте полезно для них с точки зрения саморазвития, поскольку можно самостоятельно проследить прогресс в изучении иностранного языка и увидеть свои ошибки на компьютере. Это мотивирует студентов продолжать самостоятельно дополнительно изучать иностранный язык.

Обратимся далее к вопросу времени, которое необходимо студентам для подготовки домашнего задания по английскому языку. Большинство опрошенных (~ 62%) сообщили, что тратят около 30 минут на подготовку домашнего задания, так как они считают английский язык необязательным предметом и делают только то, что им задает преподаватель. Около 38% респондентов сообщили, что уделяют подготовке домашнего задания чуть больше времени, около часа. Из их ответов понятно, что эти студенты больше заинтересованы в изучении английского языка и готовы более тщательно готовиться к занятиям. Например, студентам интересны задания, где предлагается

видеоматериал, особенно если он основывается на материалах, связанных с дальнейшей профессиональной деятельностью.

На вопрос анкеты о том, какие виды выполняемых самостоятельно на сайте lms.spb.gut.ru заданий студентам кажутся наиболее полезными для изучения английского языка, большинство (около 82%) выбирали задания по грамматике, так как считали, что такие задания помогают разобраться в материале и закрепить изучаемое. Вместе с этим, многие студенты, около 70%, отмечают, что выполнение заданий помогает им закрепить полученные знания по лексике. При этом нужно отметить, что приблизительно 56% респондентов отмечали пользу выполнения такого задания, как просмотр видеороликов по тематике, связанной с их будущей профессией, и выполнение заданий на понимание содержания видеоролика после его просмотра.

На вопрос анкеты о том, какие задания по английскому языку, по их мнению, необходимо добавить на сайт, приблизительно 21% опрошенных студентов сообщили, что они полностью довольны тем, как организована работа сайта. Они заметили значительный прогресс в изучении английского языка и считают, что все задания по лексике и по грамматике хорошо подобраны преподавателями. Однако нужно отметить, что приблизительно 38% опрошенных студентов при выполнении домашней работы столкнулись с техническими проблемами, такими как незасчитывание верных ответов из-за неправильного оформления задания.

Приведем пример такого ответа: «Я бы убрал задания, где необходимо выбрать полное соответствие условиям написания ответа, потому что мало того, надо выполнить задание верно, но надо ещё и верно его оформить, большинство ошибок у меня именно в этих заданиях, поэтому и не нравятся такие задания». Кроме того, некоторые студенты считают, что необходимо улучшить интерфейс сайта, чтобы было удобно учиться с разных устройств. Среди других технических проблем студенты упоминали неожиданное возникновение программных ошибок во время прохождения теста, в результате чего приходилось возвращаться к началу, то есть попросту заново отвечать на вопросы теста, при этом последняя попытка компьютером не засчитывалась. Относительно заданий на лексику, по мнению 42% студентов, на сайте необходимо добавить задание на соотнесение английского слова с его переводом. Студенты считают, что такое задание облегчит им запоминание требуемой лексики. Кроме того, студенты считают, что им не хватает заданий, связанных с просмотром роликов. По мнению 56% респондентов, систематический просмотр видеороликов способствует улучшению разговорных и аудитивных навыков. Приведем один такой комментарий: «Думаю, я бы добавила больше упражнений на восприятие языка на слух, чтобы лучше понимать, что говорят носители». Что касается аспекта грамматики, то приблизительно 64% респондентов заявили, что следует выполнять больше заданий на нахождение ошибок в предложении. По мнению студентов, выполнение задания на нахождение грамматических ошибок в предложении является индикатором того, что тема хорошо усвоена.

Приведем ответ одного студента: «Задания, где надо исправить ошибки, воспринимаю как бонус. Такие упражнения считаю интересными, они, можно сказать, в игровой форме подводят итог моим знаниям».

Вывод. Из-за того, что в учебных планах высшего профессионального образования наблюдается тенденция к снижению выделенных аудиторных часов по дисциплине «Иностранный язык», внеаудиторная самостоятельная работа студентов является на сегодняшний момент одним из обязательных факторов в организации образовательного процесса. Ее задача состоит в том, чтобы сформировать навыки самоорганизации и самообразования. Систематическая самостоятельная работа является одним из необходимых условий успешного изучения студентом любой учебной дисциплины, включая и иностранный язык. В целом результаты проведенного анкетирования показывают, что большинство студентов относятся добросовестно к выполнению домашнего задания по английскому языку и стремятся его выполнить, несмотря на довольно большой объем домашнего задания по другим профилирующим предметам. Результаты анкетирования показали, что большинство студентов положительно оценили эффективность самостоятельной работы.

В итоге, получив такие обнадеживающие результаты по анкетированию, можно сделать вывод, что использование данного сайта может быть полезным для студентов неязыкового ВУЗа.

Список использованных источников

1. ГОС ВПО [электронный ресурс] // URL: https://www.rea.ru/ru/org/managements/uchmetupr/Documents/Standarts/GOS%20VPO/Bakalavriat/Standart_220600.62_Innovatica_2005.pdf (дата обращения: 14.10.2023).
2. ФГОС 09.03.02 Информационные системы и технологии [электронный ресурс] // URL: <https://fgos.ru/fgos/fgos-09-03-02-informacionnye-sistemy-i-tehnologii-926/> (дата обращения: 14.10.2023)
3. Щукин А. Н. Обучение иностранным языкам. Теория и практика // М.: Филоматис, 2006. – 480 с.
4. Точилина Ю.Н. Роль самостоятельной работы студентов в процессе обучения иностранным языкам в эпоху цифрового образования [электронный ресурс] // <https://www.elibrary.ru/item.asp?edn=wiaqse> (дата обращения: 14.10.2023)
5. Опережающее обучение [электронный ресурс] // Википедия: свободная энциклопедия. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Опережающее_обучение (дата обращения: 14.10.2023).
6. Английский язык для бакалавров ИКТ и телекоммуникаций: учебник / Е. Ф. Сыроватская, Е. П. Желтова, А. Б. Комиссаров, Н. Н. Никифорова; СПбГУТ. – СПб., 2020. – 283 с.
7. Система электронного обучения СПбГУТ Электронный ресурс: lms.spb.gut.ru. (дата обращения: 14.10.2023)

ORGANIZATION OF STUDENT'S OUT-OF-CLASS INDEPENDENT WORK AT A TECHNICAL UNIVERSITY

A. Kuzmina

The article deals with the role of out-of-class independent work of students in the process of foreign languages teaching at a technical university. Various forms of independent work are considered. The organization of students' out-of-class independent work is described at a technical university. The analysis of students' opinions on the use

of ICT in the out-of-class independent work in teaching students the English language is carried out.

Keywords: teaching foreign languages, educational website, information and communication technologies, out-of-class activities, questionnaire.

Сведения об авторе

КУЗЬМИНА Анна Владиславовна – старший преподаватель кафедры (ИН и РЯ) Иностранных и русского языков, Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича, (г. Санкт-Петербург, Россия), kuzminaaina201@yandex.ru

УДК 004.056

OPEN-SOURCE FIREWALL SOLUTIONS: IT-STUDENTS' PERSPECTIVE

T. T. Kutuev, R. B. Petriv, E. P. Zheltova

The article considers the important issue of foreign software substitution by conducting a comprehensive comparison of various freely distributed open source solutions. Also the concept of building a hardware firewall based on single-board computers is presented. Economic and social aspects are investigated by means of a survey and questionnaire of students, resulting in the creation of kits that meet the economic needs of the respondents.

Keywords: single-board computer, open-source, free software, firewall, network security, students' software needs.

In today's interconnected world, the importance of robust network security cannot be overstated. With major network vendors withdrawing from the domestic market, users face a need for effective firewall solutions with easy ways to update software and receive long-term support. This gap presents an opportunity for aspiring graduate and postgraduate researchers to step up and offer innovative products on solving the problem of import replacement in industrial enterprises and other institutions. The following relevant steps for urgent issue eliminating the gap of import replacement in industrial enterprises and other institutions are proposed:

- to examine economic and social aspects using students' survey on network equipment used at workplace;
- to compare various open-source firewall solutions;
- to research the concept of building a cost-effective hardware firewall using single-board computers;
- to design a prototype suitable for economic needs.

To empirically validate the relevance of the topic, a questionnaire survey on the company's used network equipment and desired software cost was conducted among 150 students taking MSc degree at the Bonch-Bruевич Saint Petersburg State University of Telecommunications [1]. The diagram (Figure 1) indicates that the foreign equipment is still in use in the Russian enterprise environment: Cisco (17,3%), Huawei (11,2%), and HP (8,4%). Among domestic equipment manufacturers, Eltex is leading with 6.5%, while Vector and Qtech share positions, each owning 1.4%.

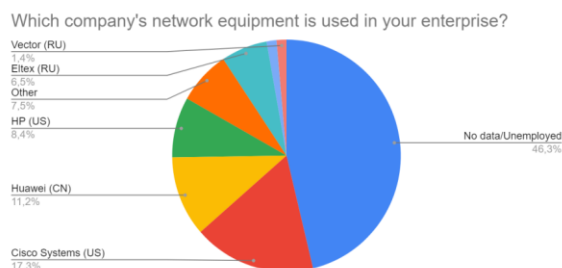


Fig. 1. Percentage of used network equipment

As predicted, a major part (40%) of employed respondent students are unable to receive updates and support directly from manufacturers (Fig. 2).

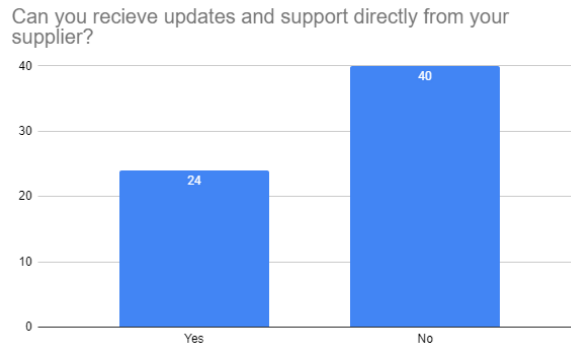


Fig. 2. Students' assessment on getting direct updates and support

To analyze the security issue connected with IT-students' needs and price range for a network firewall, the economic aspect of the project was conducted with consideration of a students' questionnaire about the budget that they would be willing to allocate for securing their home network or small corporate network (SOHO). As evident from the survey data, 28% of the respondents are potentially willing to allocate up to 5K, additionally, 14% of the respondents are willing to allocate up to 10K (Fig. 3). Consequently, the price range for such an autonomous network firewall should ideally fall between five to ten thousand rubles.

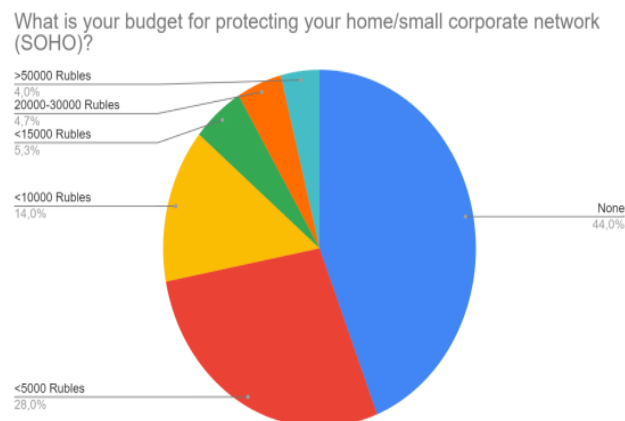


Fig.3. Amount of funds allocated for network security

Within the operational and economic scope of this issue, three potential solutions based on the Raspberry Pi single-board computer were examined: IPfire, OpenWRT, Ubuntu Uncomplicated Firewall. Raspberry Pi 3B single-board computer is used as a hardware basis. The specifications of this computer [2] are presented in Table 1.

Table 1

Specifications of Raspberry Pi 3

Component	Specifications
CPU	Cortex-A53, ARM, 64 bit, Quad-core, 1.2 GHz
RAM	1 Гб, LPDDR2
Network	WiFi 802.11n, 10/100 Mbit Ethernet
Storage	MicroSD card
Size	85x56x17 mm

The model Raspberry Pi 3 has no additional Ethernet network ports, a USB to Ethernet adapter is being used. A MicroSD card is used for loading the system image. Raspberry Pi 3 boots the operation system from MicroSD card. To write ".img" and ".iso" format images onto a card the free Raspberry Pi Imager utility is used [3].

In order to achieve cost-effectiveness freely distributable open-source software was used due to many advantages of using such a software:

- modifying ability (code modifiability enables altering the software to meet specific requirements);
- cost-effectiveness (free distribution helps reduce costs associated with the software component of the system);
- code transparency (code transparency protects against potential security threats, including script-based viruses and unauthorized access by unscrupulous developers).

IPFire is freely distributable open-source software based on Linux, designed to provide network security and protection against external threats [4]. This system features a graphical web interface and the capability to install add-ons. The current version that supports ARM processors is 2.27 Core Update 173, dated February 27, 2023. OpenWRT operating system is based on the Linux kernel and stands as one of the most popular freely distributable operating systems [5] for network devices. The choice of this system for the firewall prototype is primarily driven by its initial support for ARM architecture processors. One of its advantages is the presence of a graphical web interface. Within the context of the tasks discussed in this article, OpenWrt version 23.05.0, dated October 12, 2023, was used. Ubuntu Server is a Linux operating system designed for use as server software [6]. It includes applications for server management and tasks related to hosting, data processing, storage, and network administration. Uncomplicated Firewall, a part of the standard Ubuntu utility suite, is a command-line tool that serves as an overlay for the built-in iptables utility. In the context of this article, Ubuntu version 22.04 LTS, released on April 21, 2022, was used.

The comparison of potential solutions based on the specified criteria is shown below with following criteria (Table 2): Criterion 1 (C1) - Functionality (core and additional features); Criterion 2 (C2) - Throughput (Mbps); Criterion 3 (C3) - OSI Model Level; Criterion 4 (C4) - Ease of Installation (3 points - built-in software, 2 - installation required, 1 - requires customization); Criterion 5 (C5) - Efficiency (3 points - suitable for corporate environments, 2 - for medium-sized networks, 1 - for home networks or small offices); Criterion 6 (C6) - Scalability (3 points - more than 100 devices, 2 - more than 50 devices, 1 - 10 to 50 devices); Criterion 7 (C7) - Cross-Platform Compatibility (3 points - supports 3 or more platforms, 2 - supports the current platform, 1 - unofficial system image).

Table 2

Operating system comparison

Criteria \ OS	(C1)	(C2)	(C3)	(C4)	(C5)	(C6)	(C7)	Total
IPFire	Firewall + IPS, IDS, VPN	↑92 ↓85	3-4, 7	2	2	2	2	8
OpenWrt	Firewall, DHCP, DNS, VPN	↑91 ↓87	3-4, 7	2	2	2	3	9
Ubuntu	Firewall	↑93 ↓86	3	3	1	1	2	7

To measure bandwidth, the iperf3 utility was used. The downward arrow indicates bandwidth when downloading from the server to the client and the upward arrow indicates bandwidth when uploading from the client to the server.

Since all the software used is distributed for free (with the possibility of developing a custom operating system based on free software in the future), the primary expenses are related to the hardware components. It is also worth mentioning that the Pi series of computers is a product of the Raspberry company which is based in the UK. That is why the company could potentially come under sanction related pressure and stop supplying products to the Russian Federation. In such a scenario, one might have to consider purchasing used devices.

Another solution to this problem could be the acquisition of alternative hardware components on the domestic market or ordering them from friendly nations' suppliers. In this case, the alternatives made in China, such as Orange Pi and Banana Pi, have been considered. Three different kits of components were developed: the first kit includes the original (used) Raspberry Pi 3B, the second one includes the alternative Orange Pi, and the third one involves the Banana Pi. However, all prices are supposed to be approximate (Table 3) and may change over time at the seller's discretion.

Table 3

Costs of different kits

Component	Kit 1		Kit 2		Kit 3	
	Info	Price/RUB	Info	Price/RUB	Info	Price/RUB
Board	Raspberry Pi 3B, 1 Gb	6000	Orange Pi 3, 2 Gb	4600	Banana Pi M2, 1 Gb	3800
Cooling	Radiators	200	Radiators	Included	Radiators	200
	Fan	100	Fan	Included	Fan	100
Case	Plastic	700	Aluminium	1100	Plastic	700
Power adapter	Original	Included	5V, 3A	400	5V, 3A	400
USB-Ethernet	100 Mbit	400	100 Mbit	400	100 Mbit	400
Total, RUB	7400		6500		5600	

All three kits have been noted to be aligned with the economic needs of the SPbSUT respondents employed in industrial sectors. Depending on their desired budget, potential consumers may choose the kit that best suits their objectives and requirements.

In conclusion, this research demonstrates the possibility of creating a prototype of a compact firewall utilizing free and customizable software. Additionally, a comparative analysis of various operating systems has been conducted, allowing for an in-depth study of the components of such systems and paving the way for the development of a custom operating system for firewalls. Economic and social aspects have also been explored through a students' poll, resulting in the creation of kits tailored to respondents' economic needs. Overall, this topic provides

a platform for further in-depth research in this area, especially for students of telecommunication university.

References

1. "Students' assessment on getting direct updates and support" survey // URL: <https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSeU2XB-VIMXePEisxeBNIdyD2odqc0ej-2Xdt8WQ5FQ1xjlrQ/viewform?usp=sharing> (last request: 20.10.2023).
2. Raspberry Pi 3 model B Description. - URL: <https://www.raspberrypi.com/products/raspberry-pi-3-model-b/> (last request: 20.10.2023).
3. Upton E.C., Halfacree G. Raspberry Pi User Guide: 4th Edition // Wiley, 2016. 320 p. ISBN 978-1-11-926436-1.
4. IPfire features. - URL: <https://www.ipfire.org/features> (last request: 20.10.2023).
5. OpenWrt User Guide. - URL: <https://openwrt.org/docs/guide-user/start> (last request: 20.10.2023).
6. Von Hagen W., Clinton D., Negus C. Ubuntu Linux Bible. 10th Edition // John Wiley & Sons, 2020. 752 p. ISBN 978-1-11-972233-5.
7. Kutuev T., Petriv R. Comparative Analysis of Software and Hardware Solutions for Implementing Firewalls Based on Open-Source Code. // Aktual'nye problemy infotelekkommunikacij v nauke i obrazovanii. XII Mezhdunarodnaja nauchno-tehnicheskaja i nauchno-metodicheskaja konferencija; sb. nauch. st., 4 volumes. / Pod. red. S. I. Makarenko; sost. V. S. Elagin, E. A. Anikevich. – Saint Petersburg.: SPbSUT, 2023. V. 1., P. 736-740. – ISBN 978-5-8916-0292-2.

РЕШЕНИЯ ДЛЯ МЕЖСЕТЕВЫХ ЭКРАНОВ С ОТКРЫТЫМ ИСХОДНЫМ КОДОМ: ОПЫТ СТУДЕНТОВ ИТ-СПЕЦИАЛЬНОСТЕЙ

Т. Т. Кутуев, Р. Б. Петрив, Е. П. Желтова

В статье рассматривается важный вопрос замещения иностранного программного обеспечения путем проведения комплексного сравнения различных свободно распространяемых решений с открытым исходным кодом. Также представлена концепция построения программно-аппаратного межсетевой экран на базе одноплатных компьютеров. С помощью опроса и анкетирования студентов исследованы экономические и социальные аспекты, в результате чего созданы комплекты, отвечающие экономическим потребностям респондентов.

Ключевые слова: одноплатный компьютер, свободно-распространяемое программное обеспечение, межсетевой экран, сетевая безопасность, программные потребности студентов.

Сведения об авторах

КУТУЕВ Тимур Тагирович – студент Института магистратуры, Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича, (г. Санкт-Петербург, Россия), afanimmailab@gmail.com

ПЕТРИВ Роман Богданович – старший преподаватель кафедры защищенных систем связи, Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича, (г. Санкт-Петербург, Россия), petriv@sut.ru

ЖЕЛТОВА Елена Петровна – кандидат педагогических наук, доцент кафедры ино-странных и русского языков, Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича, (г. Санкт-Петербург, Россия), elena_gzheltova@mail.ru

УДК 372.881.111.1

ЛЕКСИЧЕСКИЙ МАРАФОН КАК СРЕДСТВО ПОДДЕРЖАНИЯ ПРОЦЕССОВ ВОЛЕВОЙ САМОРЕГУЛЯЦИИ ИНОЯЗЫЧНОЙ САМООБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

А. П. Маринская

В статье рассматривается проблема низкой вовлеченности студентов технического вуза в иноязычную самообразовательную деятельность, в качестве одной из причин которой выделяется сложность волевого регулирования самостоятельной активности по освоению языка. Для решения обозначенной проблемы предлагается внедрить в процесс обучения технологию лексического онлайн марафона. Автор обосновывает ее лингводидактический потенциал, описывает практический опыт и результаты применения данной технологии.

Ключевые слова: иноязычная самообразовательная деятельность, самообразовательные умения, волевая саморегуляция, лексический марафон.

Одной из ключевых задач современной дидактики является подготовка специалистов, способных творчески мыслить, действовать в условиях свободы выбора, постоянно развиваться и самосовершенствоваться. В этой связи обеспечение готовности к самообразованию, которое *de facto* всегда было частью педагогической системы, становится объектом целенаправленного овладения в рамках высшей школы.

Развитие способности к иноязычному самообразованию сегодня имеет особое значение в рамках технического вуза, обладая потенциалом для решения целого ряда трудностей (разнородность учебных групп, сокращение контактных часов) и выполняя, кроме обучающей, воспитывающую, развивающую, компенсирующую функции. Более того, наблюдается взаимосвязь между вовлеченностью учащихся в самообразовательную деятельность и их академическими успехами, в том числе в области иностранных языков [1-3]. Вместе с тем, как показало наше более раннее исследование [4], лишь единицы систематично занимаются самообразованием, что формирует очевидное противоречие между востребованностью самообразовательных умений и низкой вовлеченностью студентов в этот процесс. В этой связи несомненную актуальность представляют работы, посвященные разрешению данных проблем.

Мы усматриваем две основные причины вышеуказанного противоречия:

- 1) недостаток самообразовательных компетенций, сформированных на более ранних этапах обучения;
- 2) недостаточная сформированность механизмов саморегуляции и волевой регуляции.

Данное предположение подтверждается результатами проведенного нами анкетирования. Так, самыми популярными ответами на вопрос «Как Вы считаете, что мешает Вам заниматься самообразованием в области языка?» были:

- Не понимаю, как следует изучать язык самостоятельно;
- Мне не хватает самодисциплины;
- Очень хочу, но не могу себя заставить сделать первый шаг.

Целью настоящего исследования является теоретически обосновать и апробировать технологию Лексический марафон как средства поддержания процессов волевой регуляции самообразовательной деятельности.

Самообразование, бесспорно, является одним из наиболее сложных видов познавательной деятельности [1, 5-6], подразумевающей:

- наличие положительных мотивационных установок по отношению как к иностранному языку, так и к деятельности по его освоению в условиях автономии;

- наличие у студентов таких качеств личности как целеустремленность, организованность, познавательная самостоятельность;

- совокупность коммуникативно-речевых, языковых, культуроведческих и компенсаторных умений;

- сформированность общеучебных и лингвометодических умений;

- способность студентов к саморефлексии, высокий уровень самоорганизации и саморегуляции.

Исходя из вышесказанного, под иноязычным самообразованием мы будем понимать целенаправленный, мотивированный и познавательный процесс овладения иностранным языком, инициируемый и регулируемый учащимися и опосредованный их умениями самостоятельной учебно-познавательной деятельности, а также механизмами рефлексии и саморегуляции.

В соответствии с теорией деятельности, любая активность представляет собой двуединство мотивационной и организационно-процессуальной сторон. Последняя в существенной степени зависит от развития механизмов саморегуляции, то есть деятельности по управлению познавательной активностью. Следует отметить, что в психологической и психолого-педагогической литературе нет единого толкования этого термина, некоторые авторы рассматривают его как системное качество самосознания человека, другие – как поведенческую стратегию. Ряд исследователей связывают саморегуляцию с функцией воли [2,7], представляющей собой ее высший уровень и обуславливающей согласованную работу различных функциональных систем в процессе реализации намерений в действие [8].

Волевое регулирование участвует в формировании плана поддержания мотивации и достижения целей с помощью стратегического управления познавательными и аффективными процессами в ходе выполнения задания [7]. Волевая регуляция особенно важна при дефиците внешних обстоятельств, побуждающих деятельность. Иноязычное самообразование как деятельность, осуществляемая без воздействия очевидных внешних стимулов, требует от человека серьезных волевых усилий, что, как показали результаты вышеописанного анкетирования, представляет существенную сложность для студентов.

С. В. Ефименко рекомендует формировать волевые качества студентов в процессе овладения лингвистическими компетенциями через создание положительной мотивации, четкое целеполагание, рефлексия неудач, формирование навыков преодоления возникающих трудностей [9]. В качестве альтернативных решений мы предлагаем интегрировать в образовательный процесс продуктивные и рефлексивные образовательные технологии, одной из которых представляется лексический онлайн марафон. Разнообразные онлайн марафоны по изучению иностранного языка стали весьма популярны в последние несколько лет в рамках неформального образования, однако,

теоретического и научно-методического обоснования эта технология еще не получила (нам удалось найти только две исследовательские работы, посвященные онлайн-марафонам [10-11]).

Марафон представляет собой современную студенто-ориентированную форму интеракции между субъектами образовательного процесса, реализуемую в онлайн среде [10] и направленную на формирование привычки определенных учебных действий. Реализация марафона заключается в выполнении участниками поставленных задач в обозначенные сроки с последующей коллективной и индивидуальной рефлексией (обсуждение успехов, возникающих сложностей и возможных решений).

Задания марафона могут иметь достаточно жесткие временные рамки, однако, главной задачей марафона является достижение поставленной цели через активизацию своей когнитивно-познавательной деятельности, ее волевое регулирование и преодоление возможных трудностей, возникающих в процессе самообразовательной деятельности. Кроме того, такая форма активности представляет интерес для учащихся, создает мотивационную среду для совершенствования их самообразовательных умений. Марафоны обычно реализуются в соответствии с положениями микрообучения, что подразумевает дробление учебного материала на микромодули (ограниченное время выполнения до 15 мин.), которые легко осваиваются на постоянной основе [11]. Таким образом, технология онлайн марафона способствует реализации классических лингводидактических принципов обучения, таких как системность и систематичность, мотивационная обеспеченность, активность и самостоятельность, доступность и посильность.

В рамках экспериментальной части исследования нами был организован лексический онлайн марафон, в котором в течение 4 недель принимали участие 24 студента I курса бакалавриата технических направлений подготовки. Три раза в неделю учащиеся получали методический пакет, содержащий разноуровневые текстовые и видео материалы с лексическим заданием, сроки выполнения которых ограничивались двумя сутками.

Кроме выполнения заданий к текстам и видео, учащиеся составляли индивидуализированные списки лексических единиц (ЛЕ) для заучивания. Студенты выбирали от 5 до 15 слов или словосочетаний, выписывая их вместе с переводом (или дефиницией) и примером контекстного использования. Кроме того, марафон предполагал применение эффективных мнемических стратегий, которые учащиеся выбирали сами, например, составляли кроссворд, флеш-карточки, ментальные карты, мемы, ассоциации, затем учащиеся делились этими творческими продуктами познавательной деятельности в специально созданном онлайн сервисе. Таким образом, за неделю учащимся осваивалось минимум 15-45 новых лексических единиц. В рамках аудиторных занятия, студенты осуществляли взаимоконтроль усвоения индивидуализированных списков и выполняли подлинно-коммуникативные задания, применяя ЛЕ в речи.

По окончании марафона было проведено анкетирование, по результатам которого 87,5 % респондентов выразили удовлетворенность такой формой работы и подтвердили ее эффективность для усвоения лексики. Учащиеся отметили, что в таком формате значительно легче «заставить себя» заниматься, а коллективное взаимодействие в онлайн пространстве мотивирует выпол-

нить задание качественнее. 83% участников выказали желание и в будущем участвовать в подобных языковых марафонах, что доказывает эффективность рассматриваемой технологии как средства поддержания процессов волевой регуляции самообразовательной деятельности

Таким образом, считаем обоснованным внедрение технологии лексического онлайн марафона в процесс обучения иностранному языку для организации и поддержания иноязычной самообразовательной деятельности. Данная технология обладает значительным мотивационным потенциалом, обеспечивает систематичность самостоятельной познавательной активности через поддержку механизмов волевого регулирования, вносит творческую направленность в процесс обучения, обуславливая психолого-акмеологическое развитие личности учащегося.

Список использованных источников

1. Литвинова Т. В. Управление самостоятельной работой студентов неязыковых факультетов по овладению лексикой по специальности: дисс. ... к. п. н. СПб., 2001.
 2. Шляпников В. Н. Взаимосвязь волевой регуляции и академической успеваемости студентов вузов // Психологическая наука и образование. – 2021. – Том 26. – № 1. – С. 66—75.
 3. Zimmerman, B. J. (2001). Theories of self-regulated learning and academic achievement: An overview and analysis. *Self-regulated Learning and Academic Achievement: Theoretical Perspectives*. – 1-37. URL: https://www.researchgate.net/publication/303169942_Theories_of_self-regulated_learning_and_academic_achievement_An_overview_and_analysis (last request: 05.10.23)
 4. Маринская А. П. Исследование мотивационно-целевой базы иноязычной самообразовательной деятельности в техническом вузе // Вестник факультета социальных цифровых технологий. XXIII Международный Балтийский коммуникационный форум. Санкт-Петербург, 2021. – С. 270-275.
 5. Крылова Е. А. Модель развития иноязычной самообразовательной компетенции студентов неязыковых вузов // Известия ВГПУ. – 2018. – №1 (124). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/model-razvitiya-inoazychnoy-samoobrazovatelnoy-kompetentsii-studentov-neyazykovyh-vuzov> (дата обращения: 04.10.2023).
 6. Коряковцева Н. Ф. Теория обучения иностранным языкам: продуктивные образовательные технологии / Н. Ф. Коряковцева. - Москва: Академия, 2010. – 188 с.
 7. Кузнецова М. Ф. Развитие иноязычной самообразовательной компетенции у студентов педагогического колледжа: дис. ... канд. пед. наук. Екатеринбург, 2011.
 8. Долгова В. И., Овчарова Р. В. – 2015. – №5. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/issledovanie-emotsionalno-volevoy-regulyatsii-studentov> (дата обращения: 28.10.2023).
 9. Ефименко С.В. Особенности регуляции эмоционально-волевой сферы студентов при изучении иностранного языка // Северо-Кавказский психологический вестник. – 2015. – №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-regulyatsii-emotsionalno-volevoy-sfery-studentov-pri-izuchenii-inostrannogo-yazyka> (дата обращения: 28.10.2023).
 10. Lebedeva, S. V., Starodubtseva, E. A., Krivko, I., & Denisova, V.V. (2021). Distance Teaching and Learning: Online Marathons as a Tool of Improving Foreign Language Skills.
 11. Авраменко А. П. Онлайн-марафон как модель развития профессиональной компетенции преподавателя иностранных языков в парадигме микрообучения //
-

Вестник РМАТ. – 2019. – №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/onlayn-marafon-kak-model-razvitiya-professionalnoy-kompetentsii-prepodavatelya-inostrannyh-yazykov-v-paradigme-mikroobucheniya> (дата обращения: 29.10.2023)

VOCABULARY MARAPHON AS A METHOD TO SUPPORT VOLITIONAL SELF-REGULATION PROCESSES IN THE FRAMEWORK OF SELF-DIRECTED LEARNING

A. Marinskaya

The article considers the problem of technical faculties students low engagement into self-directed foreign language learning practices, that may stem from poor self-regulation skills and hardship of self-discipline. In order to solve the problem stated the author offers to integrate Vocabulary Online Maraphone technology that is believed to have high linguo-didactic potential. The paper describes hands-on experience of the educational technology usage and its results.

Keywords: self-directed foreign language learning, self-learning skills, volitional self-regulation, Vocabulary maraphon.

Сведения об авторе

МАРИНСКАЯ Александра Павловна – старший преподаватель кафедры иностранных и русского языка, Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича, (г. Санкт-Петербург, Россия), a.marinskaya@mail.ru

УДК 372.881.111.1

ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ПРАКТИЧЕСКОГО ЗАНЯТИЯ ПО ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ В ВУЗЕ

Е. П. Желтова, Н. В. Маршева

Статья посвящена методическим аспектам планирования и подготовки занятий по курсу иностранного языка для научно-исследовательской работы в магистратуре технического вуза. Особое внимание уделяется организации начального этапа, вводящего студентов в иноязычное общение. В статье сформулированы различия между этапами «*warm-up*» и «*lead-in*», представлены методические приемы и средства, способствующие эффективной организации данных этапов практических занятий, а также описан личный опыт практической работы со студентами Института магистратуры СПбГУТ.

Ключевые слова: планирование учебной деятельности, иностранный язык, организация занятия, методические приемы.

В практике преподавания иностранного языка (ИЯ) немаловажная задача — это организация и планирование учебной деятельности студентов с целью эффективности обучения и мотивирования студентов на продуктивное освоение иноязычного материала и успешное развития коммуникативных компетенций. В отечественной и зарубежной методике преподавания иностранных языков важность начального этапа, вводящего студентов в иноязычное общение, отмечают такие ученые как Н. А. Бонк, И. А. Зимняя, Г. А. Китайгородская, Е. И. Пассов, В. В. Сафонова, Дж. Ричардс, Т. Роджерс и другие [1,2,3,4,5].

В методической литературе на русском языке, посвященной планированию и подготовке занятия, и ряде современных учебных пособий по ИЯ [6] первым этапом указывается разминка. При этом, в английском языке активно используются два термина: «*warm-up*» и «*lead-in*», которые могут переводиться на русский язык как «разминка». Можно предположить, что это объясняет тот факт, что в методической и учебной литературе на русском языке эти понятия взаимозаменяются, что приводит к не вполне точному пониманию сути этих этапов преподавателями при организации учебного занятия.

Хотя оба этапа, «*warm-up*» и «*lead-in*», обозначают деятельность в начале занятия, между ними есть некоторые значимые различия. Для «*warm-up*» наиболее точный перевод, предлагаемый словарями, может быть «разминка, разогрев» [7], в то время как для «*lead-in*» — это «подводка» [8], на основе создания интереса к изучаемой теме за счёт активизации предыдущих знаний и определения уровня подготовленности обучаемых. Цель такого рода «подводки» — подготовить обучаемых к основной части занятия для успешного освоения нового материала в соответствии с целями и задачами данного занятия.

В данной работе представлены результаты практической работы со студентами Института магистратуры СПбГУТ (ИМ) в рамках преподавания курса «ИЯ для НИР» [9] в течение нескольких лет, включая задания и методику их проведения.

На основе изученных методических рекомендаций по организации учебных занятий были выявлены и сформулированы различия между двумя этапами, а также обозначены различия в подходах для разных возрастных групп, учтена специфика организации этапов «*warm-up*» и «*lead-in*» при проведении занятия со студентами.

Целью этапа «*warm-up*» является физически и психологически подготовить студентов к занятию. Помочь этому могут простые упражнения для настройки на рабочий лад. Если для учащихся школьного возраста рекомендуются активные физические упражнения, то студентам вуза уместнее предложить упражнения на релаксацию, дыхательные упражнения. Это особенно важно для студентов магистратуры, многие из которых совмещают учебные занятия с рабочим графиком и приходят на занятия вечером. Этап «*lead-in*» следует за этапом «*warm-up*» и направлен на введение в тему занятия и вовлечение студентов в его содержание. На этапы «*warm-up*» и «*lead-in*» рекомендуется отводить 5-10 минут, в зависимости от целей занятия. Таким образом, несмотря на то, что эти этапы частично совпадают и оба направлены на создание позитивной рабочей среды, основное различие заключается в их направленности, что может определять и выбор методических средств.

Вариантами организации «*warm-up*», которые помогают студентам настроиться на занятие, могут быть:

1. Повторение материала, изученного на предыдущем занятии (рекомендуется использовать упражнения на активизацию изученной лексики). Преподаватель обращается к студентам: «*Name three hard skills and three soft skills important for IT specialist / Prove your choice*»;

2. Проверка выполненного домашнего задания в рамках парной работы или небольшой группы (например, демонстрация речевых клише и изученной лексики). Студенты спрашивают друг друга: «*Tell me about your strengths and weaknesses*».

Для студентов ИМ особенно важным при организации этапа «*lead-in*» является не только то, что информация должна быть интересной и увлекательной для обучающихся, но и быть актуальной для них, обязательно связанной с реальной жизнью и интересами студентов, чтобы создать эмоциональную связь с изучаемой темой и повысить мотивацию к её изучению.

Среди вариантов организации «*lead-in*» выделяются:

- Приемы и инструменты для привлечения внимания к теме:
 - вопросы, которые захватывают внимание аудитории;
 - вопросы, заставляющие студентов задуматься (*thought-provoking questions*) над темой по-новому или по-другому;
 - цитаты экспертов, чтобы представить перспективу и понимание темы;
 - мультимедийные средства (видео, изображения, инфографика), чтобы добавить визуальный интерес;
 - обсуждение текущих событий позволяет связать тему занятия с реальными проблемами;
 - истории из личного опыта, иллюстрирующие актуальность темы.
- Интерактивные задания:
 - групповые или интерактивные дискуссии на тему занятия (*article / video / audio discussions*). Групповые дискуссии побуждают студентов к изучению и интерпретации темы и дают возможность критически мыслить. Это

помогает студентам развивать свои коммуникативные и межличностные навыки, а также способность анализировать и синтезировать информацию.

- опрос (*quiz*);
- мозговой штурм (*brainstorming*);
- ролевая игра (*role-play*).

Указанные приемы и средства требуют от преподавателя дополнительных усилий и времени для подготовки к занятию, знаний в области методики преподавания, а также сформированных цифровых навыков. Так, при разработке плана занятия по теме «*Introduction to Higher Education and Academic Study*» [9] были подготовлены *lead-in* вопросы, на основе данных, представленных в сети интернет [10,11,12]:

✓ *According to statistics, on average, in Russia, about half of all Bachelor's degree graduates are enrolled in Master's degree programs, either on a paid or tuition-free basis. Is it a true or a false fact? (Answer: True)*

✓ *Do you know how many graduates in Russia decided to continue their studies in 2022? (Answers: More than 150 000)*

Вопросы, связанные с представлением графики (рисунок 1), не только стимулируют дискуссию, но и способствуют развитию аналитических навыков студентов.

✓ *What factors do people tend to respond to more in face-to-face communication? Choose the correct proportion. (Answer: on the left)*

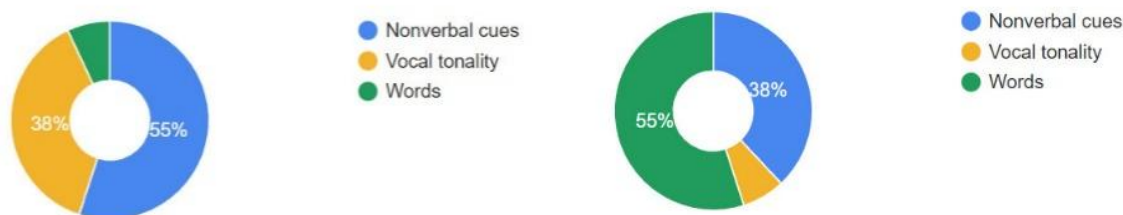


Рис.1. Пример *lead-in* вопроса

Другим вариантом «разогрева» студентов в виде подготовки к иноязычному общению, способствующего созданию ситуации успеха на основе командной работы, может выступить ролевая игра.

Ниже приведен сценарий ролевой игры, который может быть использован в качестве «*lead-in*» в начале занятия, где студенты рассуждают о своих мотивах и причинах продолжить образование в магистратуре.

Целями такого рода игры являются: практиковать иноязычные коммуникативные навыки ведения дискуссии, работу в команде по исследованию потенциальных преимуществ и недостатков получения степени магистра; практиковать навыки представления своей точки зрения, высказывать аргументы в пользу или против получения степени магистра; а также способствовать развитию навыков критического мышления.

Процедура игры:

1) деление учебной группы на пары или подгруппы, где одному студенту (подгруппе) предложено стать «сторонником» идеи получения степени магистра, а другому студенту (подгруппе) – выступить в роде оппонента, т.е. «противника» продолжения образования;

2) подготовка участников дискуссии (5 минут на подготовку по 3-5 аргументов «за» и «против»). Если студенты испытывают трудности с формулировкой аргументов, преподаватель может предложить обратиться в «банк аргументов», подготовленный преподавателем самостоятельно заранее;

3) представление аргументов (каждая пара / подгруппа по очереди представляет свои аргументы друг другу), при этом на каждый аргумент другая сторона выдвигает контраргумент;

4) обсуждение в рамках всей учебной группы (после представления всех аргументов данная дискуссия должна помочь каждому студенту уточнить свои причины получения степени магистра и выявить факторы, которые могут повлиять на их решение).

Сценарий игры может быть увеличен этапами, где после этапа 3 каждая пара (подгруппа) проводит этап рефлексии, обсуждая услышанные мнения. Также можно предложить парам (подгруппам) поменяться ролями, что способствует формированию навыков аргументированного представления своих мыслей, а также развивать культуру ведения дискуссии в профессиональной среде.

Варианты аргументов студентов в процессе обсуждения учебного материала о значении постдипломного образования и его роли в становлении специалиста в сфере телекоммуникаций по курсу «ИЯ для НИР»:

Аргументы в поддержку решения об обучении в магистратуре:

✓ *A Master's degree can provide us new career opportunities that may not have been available with just an undergraduate degree.*

✓ *Pursuing a Master's degree can offer us the opportunity to expand our knowledge and skills.*

✓ *With a Master's degree, we may be eligible for higher paying jobs than those with just a bachelor's degree.*

Аргументы «противников»:

✓ *Earning a Master's degree can be time-consuming, taking two years which may not be feasible for students with work or family obligations.*

✓ *For some professions, a Master's degree may not offer a significant advantage over those with just a bachelor's degree.*

✓ *Entering a Master's degree program immediately after obtaining a bachelor's degree may mean missing out on valuable work experience and on-the-job learning opportunities.*

Таким образом, представленный сценарий и процедура ролевой игры позволяют студентам критически оценить свою мотивацию для получения степени магистра, а также рассмотреть потенциальные преимущества и недостатки с разных точек зрения. Также это позволяет студентам развивать навыки деловой коммуникации, ведения дискуссии и активного слушания.

Очевидно, что правильная организация этапа «*lead-in*» предоставляет преподавателю ряд преимуществ:

- позволяет ввести тему занятия и вовлечь в студентов, что помогает создать позитивную интерактивную учебную среду;
- побуждает студентов к критическому и творческому подходу к теме, что помогает углубить ее понимание и улучшить навыки решения проблем;
- позволяет студентам связать новую информацию с их предыдущими знаниями и опытом;

- представляет широкие возможности для обсуждения и формирования навыков работы общения и работы в команде, что может быть особенно полезно для подготовки студентов к будущей работе, где высоко ценится сотрудничество и общение.

Таким образом, эффективная организация этапов занятия «*warm-up*» и «*lead-in*» не только способствует созданию благоприятной учебной среды, но и позволяет повысить качество проводимых занятий. Преподавателям следует учитывать преимущества, которые предоставляет начальный этап занятия и уметь заинтересовать и задействовать студентов, учитывая индивидуальные особенности каждого.

Список использованных источников

1. Зимняя И. А. Педагогическая психология // М.: Издательская корпорация «Логос», 2000. – 384 с.
2. Китайгородская Г. А. Методика интенсивного обучения иностранным языкам // М.: Высш. шк., 1986. – 103 с.
3. Пассов Е.И., Кузовлева Е. И. Урок иностранного языка // М: Глосса-Пресс, 2010. – 640 с.
4. Scrivener J. Learning Teaching. The Essential Guide to English Language Teaching // Macmillan Publishers; 2011. – 416 p.
5. Richards J., Rodgers T. Approaches and Methods in Language Teaching // Cambridge University Press; 2014. – 171 p.
6. Warm-Up Activities For New Classes [electronic resource]. – URL: <https://oupeltglobalblog.com/2021/10/07/warm-up-activities-students/> (last request: 15.10.2023).
7. Мультитран. // Электронный словарь [электронный ресурс]. – URL: <https://www.multitrans.com/m.exe?l1=2&l2=1&s=warmup> (дата обращения: 15.10.2023).
8. Мультитран. // Электронный словарь [электронный ресурс]. – URL: <https://www.multitrans.com/m.exe?l1=1&l2=2&s=lead-in&l2=2> (дата обращения: 15.10.2023).
9. Желтова Е. П., Маршева Н. В. Иностранный язык для научно-исследовательской работы. Английский для магистрантов: учебное пособие // СПбГУТ. – Санкт-Петербург, 2022. – 96 с.
10. Какой процент бакалавров выбирают другое направление в магистратуре [электронный ресурс] // URL: <https://www.begin.ru/novosti-i-stati/kakoj-procent-bakalavrov-vyibirayut-druhoe-napravlenie-v-magistrature/> (дата обращения: 15.10.2023).
11. Минобрнауки России увеличило количество бюджетных мест в магистратуре [электронный ресурс]. // URL: <https://minobrnauki.gov.ru/press-center/news/novosti-ministerstva/53418/> (дата обращения: 15.10.2023).
12. Mehrabian's Communication Model [electronic resource] // URL: <https://www.mindtools.com/a09kek8/mehrabians-communication-model> (last request: 15.10.2023).

CHARACTERISTICS OF PRACTICAL FOREIGN LANGUAGE CLASS ORGANIZATION FOR MASTER'S DEGREE STUDENTS

E. Zheltova, N. Marsheva

This article offers insights into the planning and preparation required for teaching a foreign language course for scientific research to Master's degree students in a technical university. It specifically focuses on the initial stage of the foreign language class, which aims to introduce students to effective communication in a foreign language. The article presents practical results obtained from interactive classes with Master's degree students at SPbSUT, where the distinctions between the "warm-up" and "lead-in" stages have been identified and articulated. Additionally, it provides the authors' specific techniques and tools that effectively facilitate the organization of these stages within practical classes.

Keywords: planning educational activities, foreign language teaching, organization of classes, methodological techniques.

Сведения об авторах

ЖЕЛТОВА Елена Петровна – кандидат педагогических наук, доцент, доцент кафедры иностранных и русского языков, Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича, (г. Санкт-Петербург, Россия), elena_gzheltova@mail.ru

МАРШЕВА Наталия Владимировна – старший преподаватель кафедры иностранных и русского языков Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича, (г. Санкт-Петербург, Россия), nmarshevaspb@gmail.com

УДК: 378.02:37.016

THE POTENTIAL OF IMMERSIVE AUDIO TECHNOLOGIES FOR FOREIGN LANGUAGE LEARNING

E. Konstantinov, N. Marsheva

The paper is devoted to considerations of modern audio technologies enabling to increase the quality of the foreign language teaching process at the university by creating an authentic language environment. The specific features and factors of these technologies are described, also the possibilities of applying them into educational process are studied.

Keywords: immersive audio, educational environment, spatial audio, binaural audio, audio perception.

The involvement of immersive audio technologies in commercial audio production, distribution, and playback is increasing today [1, 2]. The major streaming services and platforms are offering audio in “immersive” formats, also known as “spatial audio” [3, 4]. These surround sound formats, being mainly branded as Dolby Atmos or Sony 360 Reality Audio, are intended to fully envelope the listener with sound. The fundamental difference between spatial technologies and conventional ones lies in the area of purpose-setting to create a sound field that is as close as possible to the primary acoustic field in a recording space. The way to achieve it is to use a variety of surround speaker setups and even headphones.

The search for opportunities for the application of developing technologies forces us to turn to engineering psychology, the subject of which is the processes of information interaction between man and technology, and one of the objectives of which is the optimisation of activities in the system “man-machine” [5].

The research hypothesis is related to the use of immersive audio technology, which can become one of the factors in improving the quality of the foreign language teaching process at the university by creating an authentic language environment.

In this context, the tasks under study are as follows:

- ✓ to present a survey on existing immersive audio technologies;
- ✓ to explore their potential for enhancing the overall educational process;
- ✓ to define specific benefits focusing on foreign language learning and teaching.

Immersive audio is a fundamental concept of Next-Generation Audio (NGA) systems, which primarily provide broadcasters, operators and content providers with more flexibility to create and deliver their content [6]. NGA can be experienced by consumers with additional height elements, reproduced by either direct height speakers or simulation of real speakers through various techniques such as sound frames or “upfiring” speakers. The height elements may be carried either by additional audio channels, sound field presentation, audio objects, or combination of these. Using the required virtualization techniques, immersive content can also be processed in a binaural stereo to be experienced through headphones.

Based on a comprehensive literature review [1, 2, 3, 5, 7, 8, 9, 10] immersive audio technologies can be classified as object-based, scene-based and channel-based.

✓ In terms of flexibility and convenience, channel-based systems such as Auro 3D are the least preferred. It is caused by the necessity of a large number of audio channels to be transmitted through limited bandwidth and the inability of the system to adapt these channels for custom speaker layout. Besides, a supposed speaker set-up defines a needed microphone layout in a production studio because each microphone corresponds to a specific speaker channel [8].

✓ The number of channels in scene-based systems (Ambisonics) can vary due to the demands of spatial resolution to be provided on the playback side of system, and can be significant when it comes to high spatial resolution. However, the end user renderer has the ability to adapt them to different speaker set-ups or downmix them to binaural stereo tracks to be reproduced via headphones or in-ear monitors [7].

✓ The most modern types of immersive audio system are object-based: Dolby Atmos and MPEG-H Audio. Those systems introduce audio objects, mono or stereo tracks, with metadata that describes their properties, such as type of content, positional, and time metadata, which are delivered separately and combined in the renderer. The renderer on the playback side takes into account the user's speaker layout and forms corresponding audio channels for each physical speaker. In addition, MPEG-H 3D Audio technology based on MPEG-H Part 3 (ISO/IEC 23008-3, MPEG-H 3D Audio) standard provides opportunity for content creators to operate with not only objects but also field presentations and channels as in scene-based or channel-based systems to combine those approaches [9]. Furthermore, both Dolby Atmos and MPEG-H Audio allow to downmix all the audio tracks to two binaural ones for headphone users [10].

Binaural technology aims to replicate all of the cues involved with human sound localization, resulting in a realistic solution for sound spatialization. The term "binaural" literally means "related to two ears", thus, binaural signals provide a thorough picture of the sound world by recreating the relevant acoustic pressure signal at the entrance of both ear canals. This depends on sound incidence on the listener's torso, head, and ears to provide localization cues such as Interaural Time Difference (ITD), Interaural Level Difference (ILD), and spectral cues. These cues are combined in the Head-Related Transfer Function (HRTF), which characterises the filtering of source placements around a specific head. To create a binaural stereo track, one can record using a real or artificial head with microphones placed in or near the ear canals. Alternatively, synthesis can be used with immersive audio data and specialized software to position sound sources around the listener.

In the context of learning foreign languages, the application of immersive audio technologies is relevant for listening tasks. An analysis of listening training activities for university students revealed that one of the most common tasks involves listening to recorded texts, followed by exercises to assess comprehension. However, this approach does not fully address the task of foreign language competences development as outlined by higher education standards.

The integration of new technologies facilitates the implementation of Audiolingual Method (ALM) practices that are still in demand more effectively.

ALM places emphasis on listening and speaking skills, prioritising their development over reading and writing.

In the framework of applying this method at the university level, activities in a language lab, a special room with appropriate equipment for language classes, can be considered. In the language lab, students can work with audio materials, repeatedly listening to texts and engaging in intensive oral drills to enhance their listening and speaking skills. Initially, students focus on improving their pronunciation skills through abundant practice, repetition, and careful attention to specific sounds, intonation, and rhythm.

Examples of tasks for students to develop their listening and speaking skills where the quality of the received audio signal becomes especially important as students should master the correct pattern of pronunciation and intonation are as follows:

- ✓ Students listen to recorded model pronunciations and imitate them. They can use audio resources that provide recordings of native speakers pronouncing words and sentences.
- ✓ Students practice difficult sounds or sound combinations by repeating tongue twisters.
- ✓ Students make repetition drills – repeat sentences or phrases provided by the native speaker, focusing on correct pronunciation and intonation.

Utilising a presynthesised binaural tracks, students can also be emerged in a specific environment to practice certain situations and cases. The only thing required is in-ear monitors, so the sound will be produced in close proximity to the eardrums. This allows students to hear native speakers from various distances and angles, as well as train them to distinguish speech from background noise of at a particular scenario location.

Though new immersive audio technologies are not used for educational purposes at universities, they have the potential to improve the effectiveness of the foreign language teaching process by creating a more realistic and engaging language learning environment. Further research is needed to develop a working system and evaluate its benefits and limitations for the university environment.

References:

1. Immersive audio: levels of production increasing as ‘consumers regard it as the new standard’ // IBC365. – URL: <https://www.ibc.org/trends/immersive-audio-levels-of-production-increasing-as-consumers-regard-it-as-the-new-standard/7834.article> (accessed date: 03.10.2023).

2. Live MPEG-H Audio System production chain for the 2019 Eurovision Song Contest showcased at IBC show // Fraunhofer AUDIO BLOG. – URL: <https://www.audioblog.iis.fraunhofer.com/mpeg-h-production-chain-esc-ibc> (accessed date: 03.10.2023).

3. Spatial 3D Audio on demand: Music Streaming Services at a Glance. // VRTonung. – URL: <https://www.vrtonung.de/en/music-streaming-spatial-audio> (accessed date: 03.10.2023).

4. Lossless Immersive Audio Music Streaming – Coming This Fall? // ecoustics. – URL: <https://www.ecoustics.com/news/lossless-immersive-audio-music-streaming> (accessed date: 03.10.2023).

5. Inzhenernaya-psikhologiya. // psychological.slovaronline.com/666-INZHENERNAYA_PSIHOLOGIYA - URL: https://psychological.slovaronline.com/666-INZHENERNAYA_PSIHOLOGIYA (accessed date: 02.11.2023).
6. Video Broadcasting (DVB): Specification for the use of Video and Audio Coding in Broadcast and Broadband Applications. // ETSI TS 101 154 (V2.8.1) P. 322-324. – URL: https://www.etsi.org/deliver/etsi_ts/101100_101199/101154/02.08.01_60/ts_101154v02080p.pdf (accessed date: 31.10.2023).
7. Scene-Based Audio and Higher Order Ambisonics: A technology overview and application to Next-Generation Audio, VR and 360° Video. // EBU Tech Review. P. 3-6. – URL: <https://tech.ebu.ch/publications/SBA-and-HOA-technology-overview> (accessed date: 02.11.2023).
8. Kondozi, A. & Dagiuklas, Tasos. 3D Future Internet Media. P. 80-81.
9. R. Bleidt, A. Borsum, H. Fuchs and S. M. Weiss. Object-Based Audio: Opportunities for Improved Listening Experience and Increased Listener Involvement. SMPTE Motion Imaging Journal, vol. 124, no. 5, P. 1-13 – URL: <https://ieeexplore.ieee.org/document/7306466> (accessed date: 02.11.2023).
10. J. Herre, J. Hilpert, A. Kuntz and J. Plogsties. MPEG-H 3D Audio – The New Standard for Coding of Immersive Spatial Audio. IEEE Journal of Selected Topics in Signal Processing, vol. 9, no. 5, P. 770-779 – URL: <https://ieeexplore.ieee.org/document/7056445> (accessed date: 02.11.2023).

ПОТЕНЦИАЛ ИММЕРСИВНЫХ АУДИОТЕХНОЛОГИЙ

Е. С. Константинов, Н. В. Маршева

Статья посвящена рассмотрению современных аудиотехнологий, позволяющих повысить качество процесса преподавания иностранного языка в вузе путем создания аутентичной языковой среды. Описаны специфические особенности и факторы этих технологий, а также изучены возможности их применения в образовательном процессе.

Ключевые слова: иммерсивный звук, образовательная среда, пространственный звук, бинауральный звук, аудиовосприятие

Сведения об авторах

КОНСТАНТИНОВ Егор Сергеевич – студент Института Магистратуры, Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича, (г. Санкт-Петербург, Россия), konstantinovegor@gmail.com

МАРШЕВА Наталия Владимировна – старший преподаватель кафедры иностранных и русского языков, Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича, (г. Санкт-Петербург, Россия), nmarshevaspb@gmail.com

УДК 378.4

THE RESEARCH OF INFOGRAPHICS POTENTIAL FOR EDUCATIONAL PROCESS ENHANCEMENT

A. Marinskaya, M. Melnikov

The article describes using of infographics in the educational process. The authors note that infographics is able to simplify information comprehension, intensify teaching\learning process and enrich educational practices. The paper also examines various types and forms of infographics. The functions and advantages of infographics implementation in education as well as stages of its development are considered. Examples of online services for creating infographics are given. The research can be beneficial for both designer working in educational sphere and language instructors who seeking ways to visualize their teaching materials.

Keywords: infographics; information; education; information representation.

In the modern world of dynamic development of information technologies, ubiquitous access to the Internet and digitalization of all human activities, a person is surrounded by a wealth of information. Such data influx seems empowering and beneficial, however, it poses new challenges concerning information perception, processing and retention as well as encourages the search for up-to-date forms and tools of information presentation.

In recent years, designers have been discussing such a tool of data delivering as infographics that can be defined as graphic visual representations of information, ideas or knowledge intended to present them quickly and clearly and ensure their easy comprehension [1].

Nowadays, infographics is widely used in journalism, economics, business as it is capable of representing large amounts of statistical data, demonstrating relationships, dependencies, structures, trends, along with displaying comparisons. The graphical representation of the information is also psychologically comfortable and convenient for perception. Taking into account these features, we believe that infographics application can be broadened and it can be successfully used for enriching and facilitating of teaching and learning. Efficient methods of presenting material are of particular significance for educational settings, however, as a matter of practice, educators do not always use all the potential that infographics offers what determines the relevance the further research in the field.

The aim of the following paper is to clarify functions of infographics for information representation and to offer ways of its implementation in educational process and articulate requirements for educational infographics. In order to achieve the objectives stated, theoretical analysis of psychological, pedagogical and design literature as well as empirical research methods were used. The research was divided into two stages, with the first one aimed at investigating specific features and educational functions of infographics, while the second stage was intended to consider existing online services for creating infographics and formulate the recommendations for creating and using infographics in education process.

First of all, it's important to understand the essence and varieties of infographics instruments that have been developed so far. There exists a great

deal of classifications of infographics. For educational purposes, it is vital to distinguish the types of infographics depending on the way information is visualized and the possibilities of interaction.

According to the visualization method, there are diagrams, maps, timelines, diagrams, word clouds, comparisons, and many others. According to the possibilities of interaction, infographics can be static, dynamic (animated) and interactive. Majority of these infographics types can be effectively applied in educational settings.

Any infographic piece consists of several elements. K. Golombisky and R. Hagen have identified five components of infographics, including headline, chatter (also called an explainer), byline, source line and callouts [2].

K. V. Nefedieva divides infographics into types according to the method of data visualization [3]. The researcher highlights matrices, maps, illustrations, graphs and diagrams.

A. A. Zhilenko and O. V. Klimova offer a fairly extensive classification of infographics by purpose, by format, by type of information source, by content, by form of visualization, by method of distribution, by target audience [4].

According to psychological researches, visual images accelerate the assimilation of information and contribute to the activation and strengthening of mental activity.

Despite the abundance of information, it should be effectively perceived by students. Z. D. Chikhladze and R. V. Shevchenko define perception efficiency as the speed of perception in relation to the cost of cognitive resources.

Researchers note that the effectiveness of data visualization stems from a way of shifting the balance between cognition and perception, which allows the brain capabilities to be used to the fullest.

Cognition is carried out rather slowly, but visual perception occurs much faster. These actions are carried out by the cerebral cortex located in the anterior and posterior parts of the brain, respectively. It is important to note that visualization uses most of the visual perception [5].

Information presented in visual form is processed faster in the brain than text. Visual aids in the classroom improve learning process. Students learn and memorize new educational information quicker and more effectively using visuals as compared to text forms.

The interest for infographics in education process is determined by a number of factors:

- infographics organizes and systematizes large amounts of information;
- infographics is more attractive and interesting in comparison with plain text;
- graphical representation of information can simplify information perception and comprehension;
- it facilitates acquisition and retention;
- using of infographics ensures intensification of learning processes.

Y. Radchenko in the paper “Functions of infographics in teaching a foreign language in high school” notes that the search for technologies, methods and tools for working with large volumes of information is inevitable [6]. The researcher takes into account all characteristics of the modern educational environment and emergence of new type of thinking and perceiving information.

H. Bicen and M. Beheshti conducted a research aimed to investigate the students’ perception about using infographics in education [7]. Students were asked 20 questions and they expressed their perceptions about using infographics

in education. The significant result of the analysis shows that 82% of respondents completely agreed to use infographic as an educational method.

Considering the scenarios of using infographics in the educational process, we note that infographics can be applied both as a way of presenting educational materials and as a type of creative learning assignment for students.

Being a task for learners, infographics contributes to students' motivation and engagement, and provides them with the opportunity for personal empowerment and demonstration of their creative potential. Its use turns the learning process into a motivated activity. Thus, it can be integrated in task-based, project-oriented and productive language learning approaches through formulating creative assignments that implies learner involvement in infographics design:

- summarize the text or video using infographics (you can choose between mind-map, comparison or complex combination of some types of infographics);
- read the text, design a timeline that corresponds its context;
- make a mind-map or word cloud to the new vocabulary;
- group the vocabulary on the basis of pronunciation rules, add infographics that helps you to memorize their pronunciation;
- compare Past Perfect and Past Simple Tenses designing infographics.

Infographics as a way of presenting educational information simplifies the perception of information, helps to explain complicated rules, structures or processes. Hence, it can be successfully implemented in second language learning process to develop both productive skill (speaking and writing) and receptive ones (listening and reading). Furthermore, it is believed to be beneficial for aspect skills such as grammar and vocabulary. Thus, it can be used for:

- visualization of grammatical structures or rules for both inductive or deductive approaches;
- semantic relations of lexical units (synonyms, opposites, genus - species and whole-part relations, lexical sets) and word combinations (collocations and chunks);
- scaffoldings for listening comprehension or storytelling.

Examples of infographics used in learning English language are shown in Figures 1-3.

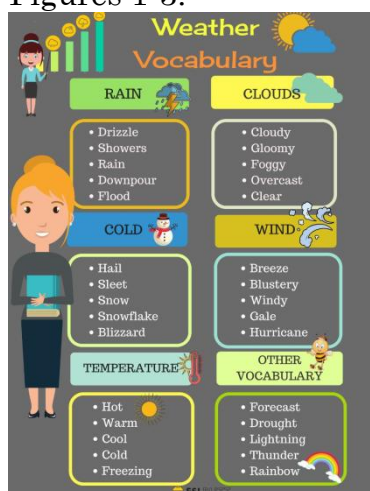


Figure 1. Infographics presenting a new vocabulary to learn

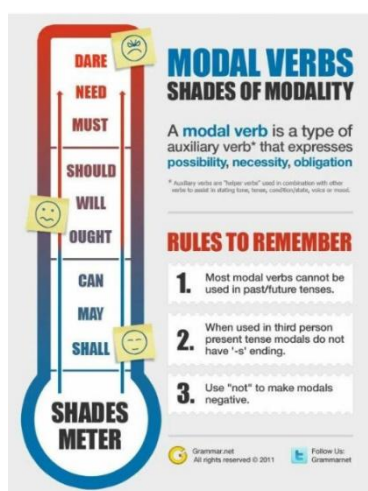


Figure 2. Infographics about modal verbs



Figure 3. Comparison infographics

However, infographics itself can be beneficial for learners only when it meets particular requirement. It shall demonstrate such features as visibility, informative value, integrity, simplicity.

Visibility can be defined as clarity, the ability of infographics to be easily perceived by an observer. Informative value refers to the saturation of the image with objective information. Integrity is related with completeness of infographics, presentation of all necessary data in it. The term simplicity is defined as the absence of complex, overloaded elements that are not necessary for the visual display of information.

When creating infographics, it is also necessary to be guided by the basic principles of graphic design.

Considering the creation of infographics for subsequent use in education, it is important to highlight the stages of its creation. Researchers offer different approaches to determining the stages and features of creating infographics. Summarizing the various materials, the following stages can be distinguished:

- defining the purpose of creating infographics (choosing the topic of the lesson);
- collection of necessary data and their systematization;
- choosing the type of infographics by visualization method;
- creating an infographic layout using online web services;
- evaluation of infographics, determination of the degree of its compliance with the set goal.

Currently, there are numerous services for creating infographics of various types available online.

- Infogram – intuitive visualization tool which allows to create infographics of various types. Basic plan includes more than 30 interactive charts types and allows to work with 10 projects;

- Piktochart – universal instrument which allows to create presentations, brochures, infographics and some others;

- Visme – all-in-one marketing and design platform, using which you can design infographics, presentation and other graphics;

- Tiki-Toki – service for creating interactive time tapes. As opposed to other software tools, it allows you to display the created timeline in three-dimensional space.

- Sutori – tool for creating vertical interactive timelines for use in education.

- Timetoast – online service for creating familiar timelines with a simple design.

All the services mentioned above are free of charge. The capabilities of the basic versions are enough to create infographics for use in educational process.

The results of the research conducted shows that infographics can perform important functions in educational process: visualization, simplification of perception and comprehension mechanisms, intensifications of learning process. In addition, there is a great amount of available, easy-to-use tools for infographic design enabling to create teaching materials that meet modern requirements. Thus, we can conclude that infographics can be successfully implemented into educational process.

References

1. Naparín, H. Saad, A. Infographics in Education : Review on Infographics Design // The International Journal of Multimedia & Its Applications. 2017, Vol. 9, P. 15-24.
2. Golombisky, K., Hagen, R. White Space is Not Your Enemy: A Beginner's Guide to Communicating Visually through Graphic, Web & Multimedia Design. Taylor & Francis, 2013. 298 p.
3. Нефедьева К. В. Инфографика визуализация данных в аналитической деятельности [Электронный ресурс] // Труды СПбГИК. 2013. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/infografika-vizualizatsiya-dannyh-v-analiticheskoy-deyatelnosti> (дата обращения: 20.10.2023).
4. Жиленко А. А., Климова О. В. Определение видов инфографики как редакторская проблема // Книжное дело: достижения, проблемы, перспективы : сборник материалов VI Международной научно-практической интернет-конференции. Екатеринбург : УрФУ, 2017. С. 39-45. URL: <http://hdl.handle.net/10995/56361> (дата обращения: 22.10.2023).
5. Чихладзе, З. Д., Шевченко Р. В. Сильные и слабые стороны различных методов визуализации информации // Передовые инновационные разработки. Перспективы и опыт использования, проблемы внедрения в производство: сб. науч. ст. седьмой Междунар. науч. конф. (Казань, 31 августа 2019 г.). Казань: ООО «Конверт», 2019. С. 128-134.
6. Radchenko Y. Functions Of Infographics In Teaching A Foreign Language In High School // 18th PCSF 2018 - Professional Culture of the Specialist of the Future. 2018, P. 1024-1032.
7. Bicen H., Beheshti M. The Psychological Impact of Infographics in Education // BRAIN – Broad Research in Artificial Intelligence and Neuroscience. 2017, Vol. 8, P. 99-108.

ИССЛЕДОВАНИЕ ПОТЕНЦИАЛА ИНФОГРАФИКИ ДЛЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА

А. П. Маринская, М. В. Мельников

В статье описывается использование инфографики в образовательном процессе. Авторы отмечают, что инфографика способна упростить восприятие информации, интенсифицировать процесс преподавания и обогатить образовательные практики. В статье также рассматриваются различные типы и формы инфографики. Рассмотрены функции и преимущества внедрения инфографики в образовании, а также этапы ее развития. Приведены примеры онлайн-сервисов для создания инфографики. Исследование может быть полезным как для дизайнеров, работающих в сфере образования, так и для преподавателей иностранных языков, которые ищут способы визуализации своих учебных материалов.

Ключевые слова: инфографика; информация; образование; представление информации.

Сведения об авторах

МАРИНСКАЯ Александра Павловна - старший преподаватель кафедры иностранных и русского языка, Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича, (г. Санкт-Петербург, Россия), a.marinskaya@mail.ru

МЕЛЬНИКОВ Максим Владиславович - магистрант, Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича, (г. Санкт-Петербург, Россия), maxim.mel4985@gmail.com

УДК 811.111'367

ЭМОЦИОНАЛИЗАЦИЯ АНГЛОЯЗЫЧНОГО ЭЛЕКТРОННОГО ГАЗЕТНОГО ТЕКСТА

М. И. Парамонова

В статье рассматриваются способы эмоционализации новостных и информационно-аналитических статей в веб-версиях британских газет. Автор анализирует причины усиления эмоционального фона в данных типах газетных текстов, описывает вербальные и невербальные средства создания эмоционального компонента статьи. Делается вывод о том, что мультимодальный текст веб-версии газеты обладает более выраженным эмоциогенным потенциалом.

Ключевые слова: новостной текст, информационно-аналитический текст, функция воздействия, эмоционализация, эмоциональность, эмоциогенность.

Одной из особенностей современных медийных материалов является усиление их эмоционального фона. Отмечается, что журналисты все больше стремятся передать информацию так, чтобы она воспринималась получателями эмоционально, вызвала ощущение сопричастности [1]. Эмоционализация рассматривается как один из способов оказания воздействия на читателя, а эмоциональная составляющая медиатекста становится его важным компонентом [2]. Кроме того, данное явление связывают с активным использованием эмоционализации как манипулятивного приема, противопоставленного таким способам убеждения читателя, как использование логических умозаключений и аргументации, основанной на реальных фактах.

Указанная тенденция прослеживается и в газетных материалах, основную часть которых в настоящее время составляют новости и информационно-аналитические статьи. Причем, как отмечают исследователи, наблюдается усиление функции воздействия в информационных материалах, ведущей задачей которых является сообщение информации [3]. Так, стремление оказать воздействие на аудиторию традиционно более выражено в информационной аналитике, однако и в современных новостных статьях неинформационная жанровая интенция проявляется достаточно ярко. Одной из характеристик современного новостного текста, связанных с данной тенденцией, является его активная эмоционализация. Эмоциональность новостного дискурса становится его важной чертой, в некоторой степени одной из его «новостных ценностей» [4]. Все чаще эмоциональный компонент занимает доминирующее положение в новостном материале, отодвигая на задний план событийность [5]. Способы и виды репрезентации эмоций в медиатекстах, включая и газетные статьи, вызывают особый интерес исследователей.

В данной работе рассматриваются вербальные и невербальные способы и средства формирования эмоционального компонента в статьях веб-версий британских газет. Материалом исследования послужили новостные и информационно-аналитические материалы сетевых версий изданий *The Guardian* и *The Independent*, опубликованные на одноименных сайтах

www.guardian.co.uk и www.independent.co.uk в период с 02.10.2023 по 29.10.2023.

Анализ материала показал, что эмоционализации подвергаются, как правило, статьи (материалы новостных рубрик, а также разделов *Opinion / Voices*), описывающие и анализирующие наиболее актуальные события, сообщающие сенсационную информацию, рассматривающие остросоциальные вопросы. Эмоционализация осуществляется за счет использования языковых средств, непосредственно описывающих эмоциональное состояние, а также при помощи языковых и неязыковых средств, обладающих эмоциогенным потенциалом, стимулирующих эмоциональное реагирование читателя.

Среди языковых средств, используемых авторами новостных и информационно-аналитических материалов, наиболее употребительны следующие:

– эмотивная лексика, называющая эмоции, характеризующая эмоциональные состояния и чувства (*excited, fear, nervous and alert, surprised, worried, shocked, sympathetic, confident, sadly, hope, panic, scared, hate, hatred, frustrated, exhausted, desperate, suffering, grief*);

– эмоционально окрашенная лексика (*overwhelming favorite, severe and irreparable harm, stunning, tragedy, dangerous, cruelty, cold-blooded murder of innocent men, deadly period, disaster, atrocities, acts of brutality*);

– лексика, обладающая эмоциогенными свойствами (*fraud and defamation, war, militant group, attack, killed by rocket fire, dead, taken captive by fighters, enemy, aggression, terrorists, battle, collapsed, escalation, massacred and wounded, the wail of sirens, chaos, jail*);

– инклюзивы, масштабирующие описываемые эмоции и чувства, способствующие созданию эффекта эмоциональной вовлеченности читателя (*these events have deeply shocked us all, what we share we shouldn't scorn*);

– интенсификаторы, описывающие степень переживаемых эмоций или усиливающие эмоциогенность высказывания (*the most treasured, very sad, displacement of 1 million people, 5,000 rockets launched*);

– такие средства экспрессивного синтаксиса, как эмфатические вопросы (*What lessons can be drawn from the tragic epilogue of this three decades-long conflict in Europe?*), вопросно-ответные единства (*Why write about Bosnia 28 years after the Dayton peace agreement? The truth is, there is no such thing as peace after an ethnic cleansing*), отрицательные конструкции (*They don't like migrants. Maybe they don't like Black people or the woman who got the promotion at work they didn't get*);

– стилистические приемы, ведущую роль среди которых занимают метафоры (*Gaza's tsunami of violence, Armenian wounds are bleeding again, path to democracy, I am a small pebble lodged in this endless cycle of violence, conflict has seen a dramatic reversal of tide, the most seismic shocks in US history*), лексико-синтаксические повторы (*I remember walking down a dirt road in my father's village... I remember attending the burial... I remember the eyes of the dead...*), параллельные конструкции (*Our conference is divided. Our country is broken*), сравнения (*Supporters of Donald Trump may need to be "deprogrammed" as if they were cult members*).

В результате анализа материала по типу субъекта, выражающего эмоции, установлено, что в новостных статьях преобладают репрезентации эмо-

ций, выраженных участниками описываемых событий, оформленные при помощи прямой или косвенной речи, как в следующем фрагменте: *Shaike Shaked, 70, from the Israeli town of Netiv Hahasara, said: "We [...] don't know what is happening outside. We can hear explosions ... We are nervous and alert."* *Mona Awda, a 31-year-old from Gaza City, says she is surprised and worried about what's next.* Журналисты, как правило, избегают прямого указания на эмоции в собственных комментариях, но используют широкий спектр эмоциогенных языковых средств, описанных выше. Данное наблюдение подтверждает тенденцию к снижению эпистемической ответственности автора в новостных материалах, в том числе и при создании эмоционального фона статьи, которая в целом объясняется стремлением повысить достоверность сообщаемой информации при помощи обнародования ее источника. Кроме того, репрезентации пережитых, испытанных эмоций чаще основаны на реальных фактах, поэтому использование такого вида репрезентаций также содействует повышению доверия читателей к публикуемому материалу. Тем не менее, достаточно распространены в новостных статьях репрезентации эмоций, являющиеся результатом наблюдения и интерпретации, когда журналист берет на себя полную ответственность при выборе языковых средств для описания эмоционального состояния участников события: *An old man sits amid the destruction on what's left of a wall and lets the tears stream from his eyes. He seems not to have the strength to dry them. Maybe he means never to dry them.*

В информационно-аналитических материалах, основными функциями которых являются интерпретация описываемых событий и воздействие на аудиторию, в качестве субъекта, выражающего эмоции, выступает сам журналист. При этом часто фиксируется эмоциональная оценка интерпретируемых фактов, как в следующем отрывке, где негативный эмоциональный фон создается за счет использования эмотивов, а также благодаря эмоциогенному потенциалу стилистических приемов (метафоры и сравнение): *These facts – and these people – are treated as social embarrassments, locked in the government's moral attic like a relative with a mental illness in Victorian England. They're the country's family secret. No hope for the future.* Часто автор позиционирует себя в качестве эмоционального участника события с целью солидаризации с непосредственными участниками и аудиторией, что позволяет оказать значительное эмоциональное воздействие на читателя: *Alone, at my weakest, I let my own tears flow. And these are Gazans I am weeping for. I am sorrowing for an old man and a distraught mother ...*

Важное значение для создания эмоционального пространства газетного текста имеет эмоционализация заголовка, что также усиливает его аттрактивную функцию. В большей мере это относится к хедлайну электронной статьи, вынесенному на главную страницу издания. Поскольку текст статьи скрыт, хедлайн получает дополнительную информативную и эмоциональную нагрузку, что несвойственно заголовкам печатной прессы. Используя средства эмоционализации в заголовке, автор формирует эмоциональную установку перед чтением текста статьи, управляет процессом восприятия. При этом в заголовках новостных материалов журналист выступает в роли наблюдателя, часто предоставляя слово участникам описываемых событий: *'People are fearful of what's to come': Gaza civilians flee waves of Israeli strikes*, в то время как эмоциональность заголовков информационной аналитики чаще конст-

руируется самим журналистом: *Why I'm scared by Britain's crime epidemic – and you should be too.*

Среди невербальных средств, использующихся для усиления эмоциональности, ведущую роль играют изображения (фотографии и рисунки). Выполняя, помимо информативно-иллюстративной, аттрактивную, эстетическую и экспрессивную функции, изображение находится в тесном взаимодействии с вербальным компонентом и способно передавать как денотативную, так и символическую (коннотативную) информацию, понимание которой во многом определяется вербальной составляющей [6].

В новостных текстах доминирующее положение занимает вербальный компонент, который определяет способы интерпретации изобразительного ряда, представленного документальными визуальными образами (фотографиями) и выполняющего функцию иллюстрирования статьи. При этом фотокомплекс, включающий фотографию и фотокомментарий, часто выполняет выделительную функцию, фокусируя внимание читателя на наиболее актуальной информационной составляющей текста. В случае выраженного эмоционального фона материала данный прием создает дополнительное эмоциональное напряжение при восприятии текста. Так, текст статьи *Israel and Hamas at war after surprise attacks from Gaza Strip*, опубликованной издательством *The Guardian*, сопровождается серией фотографий, изображающих последствия ракетных ударов по территории Газы. Эмоциональное воздействие изображений усиливается благодаря повторению эмоциогенной лексики в фотокомментариях: *Rockets are fired from Gaza City towards Israel on 7 October 2023 / The aftermath of a rocket attack launched from Gaza in Ashkelon, Israel / A fire burns in Ashkelon, Israel after rockets were launched from the Gaza Strip.*

В информационно-аналитических статьях между изображением и текстом, как правило, устанавливаются более сложные семантические отношения. Достаточно часто изображение является частью мультимодального риторического комплекса, который определяется как апробированная риторическая формула, кодификация и интерпретация которой происходит только при помощи двух и более модусов [7]. Такие риторические приемы (мультимодальные риторические фигуры, мультимодальные тропы) делают высказывание более выразительным, участвуют в усилении эмоциональности статьи. Примером мультимодальной метафоры может служить мультимодальный комплекс в статье *Covid deaths are on the rise again, so what happens?*, который включает графическое изображение (рисунок) человека с медицинской маской на глазах в окружении вирусов и фрагмент текста, уточняющий содержание изображения. Возникающее у читателя, пережившего пандемию, чувство тревоги сменяется негодованием, когда он узнает о бездействии правительства в условиях ухудшения эпидемиологической ситуации: *The government is masking its failure to get to grips with this virus. It's masking the fact that, thanks to three years of such failures, Covid-19 is now a constantly evolving endemic infection*, чему способствует и символизм изображения (человек с маской на глазах – правительство, отказывающееся увидеть и решить существующие проблемы).

Таким образом, результаты проведенного исследования позволяют сделать вывод о том, что эмоциональность становится важной характеристикой новостных и информационно-аналитических материалов англоязычных га-

зет. Журналисты используют широкий спектр языковых и неязыковых средств, отражающих эмоциональное состояние участников события или обладающих эмоциогенным потенциалом, что способствует эмоциональному реагированию аудитории. Следует отметить, что процесс развития изобразительной журналистики значительно усилился в результате появления онлайн изданий, активно использующих наглядные образы, что позволяет говорить о более выраженном потенциале электронных статей в плане оказания эмоционального воздействия на аудиторию.

Список использованных источников

1. Прозоров В. В. Власть и свобода журналистики. М.: Флинта: Наука, 2012. 240 с.
2. Mar R. A. Emotion and narrative fiction: interactive influences before, during, and after reading // *Cognition & Emotion*. 2011. № 25 (5). P. 818–833.
3. Hipfl B. Affect in Media and Communication Studies: Potentials and Assemblages // *Media and Communication*. 2018. Volume 6, Issue 3. P. 5-14.
4. Чагалаева В. В. Репрезентация микрополя «страх» в письменном и устном новостном дискурсе // *Контрастивные исследования языков и культур: материалы III Международной научной конференции*. Минск: МГЛУ, 2018. С. 94-97.
5. Баранова Н. А. Базовые эмоции «радость» и «страх» в дискурсе немецких онлайн-СМИ // *Филологические науки. Вопросы теории и практики*. 2020. Т. 13. №11. С. 156-160.
6. Анисимова Е. Е. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов). М.: Тезарус, 2013. 122 с.
7. Тяжлов Я. И., Манохин Д. К., Кожемякин Е. А. Мультимодальные ансамбли в медиатекстах остросоциальной проблематики // *Современный дискурс-анализ*. 2021. Вып. 1 (27). URL: <http://www.discourseanalysis.ru/ada27/st316.shtml> (Дата обращения: 03.11.2023)

EMOTIONALISATION OF THE ENGLISH-LANGUAGE ONLINE NEWSPAPER TEXT

M. Paramonova

The article considers the ways of emotionalising news, information and analytical articles in web versions of British newspapers. The author analyzes the causes of the expansion of emotional dimension in these types of newspaper texts, describes verbal and non-verbal means of creating the emotional component of an article. The author also claims that the emotionogenic potential of multimodal newspaper texts published in online newspapers is more pronounced.

Keywords: news text, information and analytical text, persuasion function, emotionalisation, emotionality, emotiogenicity.

Сведения об авторе

ПАРАМОНОВА Марина Ильинична – кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков, Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича, (г. Санкт-Петербург, Россия), paramonovami@mail.ru

УДК 372.881.111.1

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СЕРИАЛОВ ПРИ ОБУЧЕНИИ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ

Т. И. Парицкая

В статье раскрывается потенциал использования сериалов в практике обучения студентов английскому языку. Автором отражаются основные этапы работы над видеофрагментами из популярных сериалов в среде обучающихся, определяется эффективность использования такого рода материалов в процессе совершенствования навыков аудирования и говорения на иностранном языке, расширения словарного запаса, формирования межкультурной компетенции студентов.

Ключевые слова: английский язык, лексика, виды иноязычной деятельности, сериал, дидактический материал, видеофрагмент, коммуникативная деятельность.

Современная лингводидактика стремится к расширению дидактических средств осуществления образовательного процесса. В частности, в практику иноязычного обучения проникают те материалы, которые связываются со сферой интересов учащихся (например, популярные блоги в социальных сетях, видеоигры, аутентичные новостные сайты и т. д.). Не вызывает сомнения тот факт, что в связи с необходимостью формирования устойчивого познавательного интереса к дисциплине педагоги зачастую прибегают к применению в ходе обучения продуктов кинематографии. Исследования показывают, что в практике преподавания английского языка широко используются документальные и художественные фильмы, созданные носителями языка. Думается, что в данный перечень аутентичных материалов, повышающих качество обучения, могут включаться сериалы. Выступая дидактическим сопровождением к занятиям английского языка, они обладают рядом достоинств, заключающихся в развитии навыков самых трудных для овладения студентами видов иноязычной деятельности (в частности, аудирования и говорения); развитии фонетических умений [1, с. 136]; совершенствовании и обогащении лексического запаса обучающихся; расширении багажа лингвострановедческих и культурологических знаний; укреплении позиций межкультурного подхода в образовании; формировании познавательного интереса студентов к изучению иностранных языков и повышению мотивации к учёбе.

Итак, использование популярных сериалов для обучения иностранному языку может быть интересным и эффективным способом развития слухового восприятия иноязычной разговорной речи и обогащения лексического запаса обучающихся. Кроме того, сериалы, отражающие реалии страны и общества изучаемого языка обладают большим потенциалом в раскрытии культурных и социальных аспектов жизни носителей. В процессе просмотра видеофрагментов преподаватель может предложить студентам задание, подразумевающее наблюдение за функционированием иноязычной лексики и грамматики – сравнить использование языковых выражений и фраз в сериале с их употреблением в реальной жизни и обсудить, какие выражения являются устаревшими или культурно специфичными.

На материалах сериалов обучающиеся получают возможность познакомиться с многообразием акцентов и особенностями различных диалектов, проявляющихся в среде носителей английского языка [2, с. 34]. Следовательно, сериалы представляют собой плодотворное поле для исследования культурных особенностей страны изучаемого языка, что существенно обогащает межкультурную компетенцию обучающихся, готовит их к эффективной коммуникации в свете необходимости реализации диалога культур (повседневного и делового общения в полинациональном социуме).

Использование сериалов в учебном процессе имеет смысл начинать с периода достижения студентами уровня *Intermediate*. При работе над видеофрагментами из сериалов следует придерживаться следующего алгоритма:

1. Предварительная подготовка, которая включает в себя выбор сериала, что соответствует уровню владения языком и возрастной группе учащихся, образовательным целям занятия, а также учитывает сферу интересов студентов [3, с. 418].

2. Введение темы и активизация предварительных знаний. На данном этапе происходит обсуждение темы, которая будет рассматриваться в сериале. В ходе данного элемента занятия преподаватель предлагает группе перечень вопросов, предваряющих просмотр видеофрагмента, организует небольшую беседу с целью активизации предварительных знаний учащихся, касающихся темы, поднятой в видеоматериале, что создаёт необходимый контекст для просмотра.

3. Предпросмотровая деятельность, ориентированная на снятие фонетических и лексико-грамматических трудностей. Педагогом заранее составляется список неизвестных или трудных для понимания и произношения слов и словосочетаний. Данный рабочий лист обучающиеся используют для наблюдения над особенностями грамматической сочетаемости, перевода и отработки фонетической стороны звучащей в видеофрагменте иноязычной речи. Основным акцент должен быть сделан на фразовые глаголы, устойчивые сочетания, разговорные формы. Для лучшего опознавания и понимания значения лексических единиц преподаватель может предложить выполнение задания на соотнесение (например, соотнесение изображения и слова, дефиниции и слова, сопоставление слов, которые образуют устойчивые словосочетания и т. п.). Особое внимание педагогу следует обратить на так называемые ключевые слова (сигнальные слова), которые впоследствии понадобятся обучающимся для пересказа содержания видеофрагмента. При раскрытии смысла неизвестных слов, трудных для самостоятельной интерпретации смысла (культурно-маркированных, разговорных, эмотивных и т. д.) применяется переводной метод работы с лексикой.

4. Этап просмотра сериала. Необходимо отметить, что с целью повышения эффективности процесса восприятия иноязычной речи на слух следует предложить студентам в ходе самостоятельной деятельности посмотреть фрагмент сериала с субтитрами (на изучаемом языке). Такое задание поможет им лучше понимать речь и контекст осуществления коммуникации. Второй просмотр уже не предполагает использование субтитров. В группах с высокой языковой подготовкой и в условиях интенсивного обучения возможно предложить ознакомиться с видеофрагментом без субтитров.

5. Постпросмотровый этап. Этот этап также выполняется обучающимися самостоятельно. Он направлен на установление уровня понимания иноязычной речи, а также подразумевает активную коммуникативную деятельность обучающихся. После просмотра обучающиеся выполняют задания на активизацию лексики, выбранной преподавателем. Это в первую очередь задания на соотнесение иноязычного слова и его дефиниции, составление словосочетаний и т. п. В качестве следующего задания можно предложить студентам ответить на вопросы, не связанные с сюжетом эпизода, но требующие употребления выбранной лексики и способствующие лучшему усвоению лексических единиц. Данное упражнение студенты не прописывают, а только обдумывают. Для активизации навыков письма со слуха педагог может предложить обучающимся задания для заполнения пропусков в предложениях, взятых из фрагмента видео (для оптимизации деятельности в рабочем листе указывается время звучания нужных фраз в диалоге героев). Далее следуют вопросы, предназначенные для раскрытия проблемных тем, поднятых героем видео. Эти вопросы могут быть составлены таким образом, чтобы подвести обучающихся к пересказу эпизода. В качестве заключительного задания на постпросмотровом этапе студенты готовят пересказ с опорой на собранный в ходе предыдущих элементов урока вокабуляр. Текст пересказа обдумывается обучающимися в процессе самостоятельной работы, чтобы впоследствии воспроизвести в устной форме на занятии.

6. На занятии. В ходе занятия обсуждаются задания, которые студенты выполнили самостоятельно. Преподаватель проверяет правильность выполнения заданий на сопоставления слов и дефиниций и помогает более четко понять значение и употребление выбранных лексических единиц. Далее обсуждаются ответы на вопросы, подготовленные обучающимся заранее. Затем обучающиеся представляют подготовленный на этапе самостоятельной работы пересказ. Преподаватель должен следить, чтобы в пересказе были уместно использованы ранее изученные лексические единицы. Также необходимо обращать внимание на правильность построения предложений, правильность и уместность использования грамматических конструкций, связность текста и легкость понимания. В конце урока можно организовать дискуссию об общем впечатлении от просмотренного эпизода, обсуждение игры актёров, высказывание предположений о дальнейшем развитии сюжета. Также можно предложить обучающимся воспроизвести отдельные диалоги из просмотренного эпизода. Такая форма работы активизирует изученную лексику, тренирует навыки воспроизведения неподготовленного иноязычного высказывания.

В заключение следует отметить, что использование сериалов возможно как в рамках целевых уроков по определённым темам, так и в формате отдельного курса (факультативного или по выбору), содержательно выстроенного на основе сериала и направленного на развитие аудитивных и разговорных навыков обучающихся.

Список использованных источников

1. Жарина О. А., Забазнова Ю. О. Аутентичный видеоконтент как средство обучения английскому языку в старших классах (на примере сериала «Black Mirror») // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2023. – № 08 (август). – С.

132–144 [Электронный ресурс] – URL: <http://e-koncept.ru/2023/231077.htm>. (дата обращения: 17.10.2023).

2. Зейналова А. Ф. Использование аутентичных видеоматериалов для формирования социокультурной компетенции на уроках иностранного языка // Устойчивое развитие науки и образования. – 2022. – № 9 (72). – С. 32–39.

3. Яковлева Д. Е. Особенности использования комедийного телесериала при обучении английскому языку // Иностранные языки и современные тенденции в иноязычном образовании: Материалы V Юбилейной международной научно-практической конференции, Воронеж, 22 апреля 2021 года / Отв. редактор С. Ю. Капкова. – Воронеж: Воронежский государственный педагогический университет, 2021. – С. 415–420.

THE USE OF TV SERIES IN TEACHING A FOREIGN LANGUAGE

T. Paritskaya

The article reveals the potential of using TV series in the practice of teaching students English. The author reflects the main stages of work on video clips from popular TV series among students, determines the effectiveness of using such materials in the process of improving listening and speaking skills in a foreign language, expanding vocabulary, forming students' intercultural competence.

Keywords: English, vocabulary, types of foreign language activities, TV series, didactic material, video clip, communicative activity.

Сведения об авторе

ПАРИЦКАЯ Татьяна Ильинична — старший преподаватель кафедры иностранных и русского языков, Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича, (г. Санкт-Петербург, Россия), petrosoftru2010@yandex.ru

УДК 811.111

СРЕДСТВА РЕАЛИЗАЦИИ КОГЕЗИИ В МЕДИАТЕКСТЕ

А. К. Лобанова, О. В. Рябуха

Настоящая статья посвящена рассмотрению понятия когезия («cohesion») или связность как одного из ведущих при исследовании текстовых категорий, а также анализу текстов СМИ на предмет способов выражения пяти основных средств когезии. В статье приведен анализ взглядов отечественных и зарубежных исследователей на проблему определения связности/когезии. Представлен лингвистический анализ краткой новостной статьи «Silent Walking is Not a Fad» из британской газеты «The Times», на примере которого подтверждается идея о том, что когезия внутри текста формируется с помощью грамматических и лексических средств.

Ключевые слова: связность, когезия, структура текста, категории текста, средства внутритекстовой связи.

По мнению исследователей, занимавшихся лингвистикой текста, когезия или категория связности является базовой текстовой категорией наряду с такими текстовыми характеристиками как цельность и информативность [1]. По И. Р. Гальперину, определяющими признаками текста являются информативность, модальность, членимость, интеграция, внутритекстовые связи, континуум, ретроспекция и проспекция [2]. Завершённость, целостность и связность, по его мнению, также являются неотъемлемыми параметрами текста, который «состоит из ряда текстовых единиц, которые объединены между собой различными грамматическими, стилистическими, лексическими и логическими средствами» [2, с. 18].

В рамках данной работы представляется необходимым подробнее рассмотреть связность текста или когезию. Существует три основных подхода к пониманию данного явления [3]. В отличие от А. А. Леонтьева, И. Р. Гальперина, М. Л. Макарова, М. А. Кронгауза, Т. В. Милевской, Т. ван Дейка, полагающих, что термины «cohesion» (совокупность формально-грамматических внутритекстовых связей) и «coherence» (смысловое единство текста) можно противопоставить, О. И. Москальская отождествляет эти два понятия, считает их синонимичными, а в работах З. Я. Тураевой, М.А.К. Хэллидея, Р. Хазана и ряда других ученых термин «cohesion» (связность) служит для описания внешнего, формального выражения когерентности текста, а также для передачи смысловых, логических связей.

В работах большинства российских исследователей термины «когезия» и «связность» используются как синонимы, при этом речь идет именно о формально-грамматической связности, поверхностной структуре текста. А. А. Леонтьев подчеркивал, что параметр связности по своей природе лингвистичен [4]. Связность – структурное свойство текста, обусловленное его линейностью, взаимосвязностью компонентов, их определенными отношениями. Связность нужно понимать как «эксплицитный формально-структурный феномен синтаксической организации текста» [5, с. 37]. Цельность и связность текста – компоненты взаимосвязанные, но в отличие от цельности связность не является обя-

зательной характеристикой, т. к. основными для коммуникантов является передача и восприятие информации о предмете коммуникации (т. е. цельность). Подтверждением этой мысли также служит существование микротекстов, состоящих из одного компонента, где говорить о связности не приходится [6].

По мнению И. Р. Гальперина, когезия или связность представляет собой «особые виды связи, которые обеспечивают континуум, т. е. логическую последовательность <...> и взаимозависимость отдельных сообщений, фактов и действий [2; с. 74].

Среди множества классификаций текстовых категорий и средств внутритекстовых связей остановимся, прежде всего, на классификации И. Р. Гальперина, который выделял традиционно-грамматические, логические, ассоциативные, образные, композиционно-структурные, стилистические и ритмикообразующие средства [2]. Под грамматическими средствами связи понимаются союзы и союзные слова, местоимения в дейктической функции, причастные обороты. Логические средства отражают отношения последовательности, пространственные, временные, причинно-следственные отношения (для этого используют наречия и другие слова, маркирующие время и пространство), формы перечисления (во-первых, во-вторых, 1, 2, 3, первый, второй и т. д.). Ассоциативные средства представлены ретроспекцией, проспекцией, коннотацией, субъективно-оценочной модальностью, в первую очередь, характерных для художественного текста. Примером образных средств связи может послужить развёрнутая метафора. Композиционно-структурные средства – это отступления, вставки, описание событий, нарушающие последовательность развёртывания и логическую организацию сообщения, прерывающие основную линию повествования. К стилистическим средствам относят приемы, которые способствуют созданию единства стиля в разных частях текста (хиазм, повторяющиеся сравнения, аллюзии, метафоры), параллельные структуры. Ритмикообразующие средства, такие как метр, анжамбеман (несовпадение синтаксической паузы с ритмической), рифма, также эффективно используются для реализации когезии в тексте [2].

В монографическом исследовании «Cohesion in English» авторов М. А. К. Холлидей и Р. Хасан [7] набор связей в тексте, являющийся общим для всех текстов и отличающий текст от «не-текста», а также служащий средством обнаружения взаимозависимости содержания отдельных отрезков, определяется термином «cohesion». Авторы считают, что структурная оформленность между элементами в тексте не является определяющей для внутритекстовых отношений когезии. Грамматическая и лексическая когезии, по мнению М. А. К. Холлидей и Р. Хасан, представлены следующими основными лингвистическими средствами: reference, substitution, ellipsis, conjunction, lexical cohesion (референция, субституция, эллипсис, конъюнкция, лексическая когезия). Последняя понимается как повтор и чередование лексических единиц в смежных предложениях, использование слов и словосочетаний, относящихся к одному лексико-семантическому полю, синонимические и других виды отношений.

На примере краткой новостной статьи «Silent walking is not a fad» [8] из «The Times» можно проследить разнообразие лингвистических средств реализации когезии в медиатексте. Медиатексты разнообразны и многогранны по своей природе, нередко «текстовый и видеоконтент дублируют друг

друга” [9, с. 38], разнообразие тематики медиатекстов “сопряжено со стилистическим многообразием медиатекстов, они включают в себя языковые элементы, характерные для различных жанров” [10]. В газетных и журнальных статьях референция чаще всего осуществляется при помощи личного местоимения *it*. Как правило, читателю сначала представляется описываемый объект, который в дальнейшем заменяется местоимением, во избежание повторов и для соединения отдельных элементов текста воедино, но в данной статье, первое использование *it* предвосхищает называемое им понятие и тем самым не только выступает в роли связующего элемента, но и привлекает внимание читателей: “The big new craze on TikTok is...wait for it...going for a walk...without earphones!” [8]. Далее автор посредством анафоры вводит перечисление тех аспектов, от которых предлагается отказаться, отправившись на тихую прогулку. “No music, no podcasts, no phone chats, no distractions.” [8]. Четырехкратный повтор слова *no* выступает в роли формальной синтаксической связи между элементами перечисления, которые в последующем предложении заменяются обобщением: “This radical departure is being spoken of as a “movement”, “an exercise fad”, “a wellness trend”, if you please.” [8]. Sheldon Smith на своем сайте «Английский для академических целей» называет такие обобщающие слова, часто используемые в сочетании с указательными местоимениями, «shell nouns» (абстрактные существительные, которые суммируют значение предыдущей и последующей информации) [11]. Здесь же использование референции «this radical departure» возможно в контексте интерпретации отказа от использования звуковых источников любого типа как радикального ухода от шумной и переполненной звуковыми раздражителями цифровой среды, в которой живет современное поколение. В классификации И. Р. Гальперина, упоминаемой ранее, данная референция соотносится с образными средствами когезии, в данном случае с развернутой метафорой. Выбор данного средства когезии также передает ироничное отношение автора к «новой» тенденции, которое можно проследить на протяжении всего короткого текста новостной статьи.

Наряду с использованием референции, в тексте также применяется субституция и слова-связки. “Devotees call it “silent walking”. One described the first couple of minutes as “mayhem” [8], где *it* является еще одним примером референции, отсылающей читателя к вышеупомянутому явлению, а *one* является субституцией существительного *devotee*. Интересно также использование эллипсиса в рассматриваемой статье: “Best no to mock.” [8], что можно восстановить до полного предложения [It’s] best not to mock [youngsters]. И далее: “If youngsters are discovering the pleasures of not always piping noise into their ears, great” [8], где вторая часть предложения, предположительно «that’s great», сокращена до одного слова, оценочного прилагательного, на котором делается акцент.

Последний абзац текста является примером языковой игры со словом *like*, многократно повторяемым автором для создания саркастического эффекта. Данное слово может использоваться как логическое средство связи, вводящее приводимый пример, и как слово-паразит, нередко используемое в речи молодого поколения, а его дословный повтор задает ироничный тон звучанию последнего абзаца текста. “After that they could move on to, like, not using the word “like”, like every other word? Sure, it’ll be stressful at first, but

over time, it does wonders for the, like, clarity, precision and accuracy of what you, like, say?” [8].

Благодаря использованию когезии, создается логичное и последовательное развитие идей текста. Дословные и синонимичные повторы, референция к ранее упомянутым или к описываемым далее объектам, характеристикам и событиям, использование слов-связок, эллипсис и субституция являются основными эффективными способами реализации когезии в медиатекстах.

Список использованных источников

1. Лотман М. Ю. Структура художественного текста. М.: Искусство. 1970. – 384 с
2. Гальперин И. Р. Текст как объект лингвистического исследования. – М.: Наука, 1981. – 138 с.
3. Жучкова И. И. О сущности и специфике использования терминов «cohesion» (связность) и «coherence» (цельность) в англоязычном и русском языкознании, Вектор науки ТГУ. – 2014 – №3(29). http://edu.tltsu.ru/sites/sites_content/site3456/html/media94695/28%20Zhuchkova.pdf (дата обращения: 29.09.2023)
4. Леонтьев А. А. Признаки связности и цельности текста // Смысловое восприятие речевого сообщения (в условиях массовой коммуникации) / [И.А. Зимняя, А. А. Леонтьев, Т. М. Дридзе и др.]; Отв. ред. Т. М. Дридзе, А. А. Леонтьев АН СССР, Ин-т языкознания. - Москва: Наука, 1976. - 263 с. – С. 46-48.
5. Сахарный Л. В., Штерн А.С. Набор ключевых слов как тип текста // Лексические аспекты в системе профессионально-ориентированного обучения иноязычной речевой деятельности. – Пермь, 1988. – 188 с. – С. 34-51.
6. Мурзин Л. Н., Штерн А. С. Текст и его восприятие. Свердловск, 1991. – 172 с.
7. Halliday M., Hasan R. Cohesion in English. London: Longman, 1976. 374 p.
8. Silent Walking is Not a Fad: [electronic resource]/ The times & The Sunday Times.2023. URL: <https://www.thetimes.co.uk/past-six-days/2023-11-01/news> (last request: 02.11.2023)
9. Землякова К. В. Формирование компетенций работы с медиатекстом на иностранном языке у студентов коммуникативных направлений // Вестник Гуманитарного факультета Санкт-Петербургского государственного университета телекоммуникаций им. профессора М.А. Бонч-Бруевича. – 2019. – № 11. – С. 36-44.
10. Землякова К. В., Рябуха О.В. Медиатекст как отражение медиакультуры // Вестник Гуманитарного факультета Санкт-Петербургского государственного университета телекоммуникаций им. профессора М.А. Бонч-Бруевича. – 2020. – № 12. – С. 275-279.
11. Cohesion & coherence [electronic resource // Sheldon Smith English for Academic Writing. – 2022. URL: <https://eapfoundation.com/writing/cohesion> (last request: 25.10.2023).

THE MEANS OF COHESION IN MEDIATEXT

A. Lobanova, O. Ryabukha

This article deals with the idea of cohesion as one of the leading concepts in the study of text categories, as well as the analysis of ways of expressing the five main means of cohesion in media texts. The article considers the views of Russian and foreign researchers on the problem of defining cohesion. The linguistic analysis of the short news item “Walking Silently Is Not a Fad” from “The Times” is presented, which provides the

support for the idea that cohesion within the text is formed through grammatical and lexical means.

Keywords: cohesion, text structure, text categories, means of cohesion.

Сведения об авторах

РЯБУХА Ольга Владимировна – кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков факультета социальных цифровых технологий, Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича, доцент кафедры английского языка и лингвострановедения, института иностранных языков, Российский государственный педагогический университет им. А. И. Герцена, (г. Санкт-Петербург, Россия), ovryabukha@mail.ru

ЛОБАНОВА Александра Кирилловна – старший преподаватель кафедры английского языка и лингвострановедения института иностранных языков, Российский государственный педагогический университет им. А. И. Герцена, (г. Санкт-Петербург, Россия), post.lobanova@yandex.ru

УДК 004.773

TELEPRESENCE & HOLOGRAPHIC TYPE COMMUNICATION: BENEFITS FOR EDUCATION

D. Svechnikov, E. Zheltova

This article describes a novel approach to streaming three-dimensional human images over communication networks which can benefit educational process, significantly reducing the net-work bandwidth requirements by transmitting data related to the motion of control points rather than the complete image. Basic implementation procedure is summarized into the following steps: capturing object data, converting the coordinates of key points into a vector database, transmitting it over communication networks, and reproducing it as the motion of a three-dimensional object on the students' devices, including phones with augmented reality support and Holographic terminals. The practical significance of this work is in the potential usage of the created system for streaming data on moving three-dimensional objects over networks to facilitate distance learning.

Keywords: telepresence services, augmented reality, 3D images, data streaming, Kinect, Unity, android, ARCore.

In the realities of the modern world, there is an urgent demand for obtaining any data remotely. However, various types of traffic (voice traffic, video traffic, data, including microcontroller data, and others) have different parameters such as the volume of transmitted information, requirements for delays, bandwidth, etc. There is a constant “race” for content and services and the development of network hardware to overcome unpredicted circumstances such as:

- forced home education (recently, university students and schoolchildren worldwide couldn't attend educational institutions in person);
- teleworking (web designers, testers, programmers, analysts, marketers, and representatives of many other professions were forced to work from home).

The main task of IT-companies was to redirect their computing resources for supporting online conferencing services like “Zoom”, “Google Meet”, “Discord” and others. These solutions provided fast access to video channels between the sender and the receiver. But, there were significant drawbacks such as traffic jams and heavy load on all the network hardware leading to a significant portion of the internet resources consumption.

The implementation of effective applications for remote work and distance learning using telepresence and holographic communication is relevant because it allows for a wider range of online interactions and immersive communications. The remote transmission of three-dimensional images allows for a more detailed understanding of human movements from all perspectives and provides new possibilities for immersive communications [1, 2]. Transmitting data about three-dimensional objects in their original form, e.g. as streaming video from an array of cameras, requires significant bandwidth. Therefore, the use of technologies to transform the acquired object data into other formats becomes crucial [2, 3].

In the framework of this issue the special applications have been designed to reduce the network load by utilizing data transmission traffic rather than “heavy” video traffic [4]. The video obtained from the camera is converted into a

set of numbers (coordinates) on the sender's local machine and transmitted over the network with minimal requirements. After receiving this data, the end client performs the reverse transformation of numerical values into a 3D model and displays it on the screen. This solution not only allows the transmission of three-dimensional images instead of conventional two-dimensional video but also reduces the real-time traffic load and enables the use of lighter data transmission traffic.

The proposed system was created for successful data transmission from the sender to the receiver and consists of three applications (Fig. 1):

- sender application (standalone operating system);
- server application;
- receiver application (standalone or android operating system).

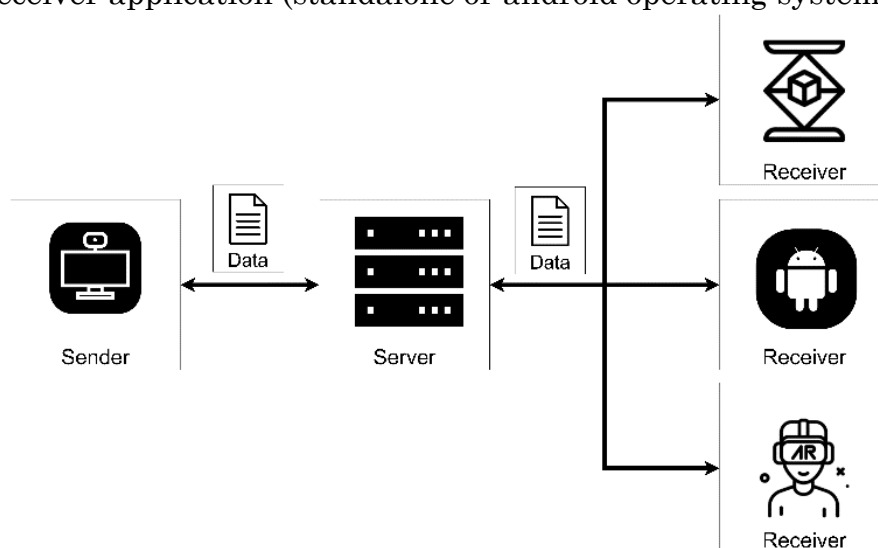


Fig. 1. Simplified Network Architecture.

The technologies used in the development allow the application to act as both a client and a server simultaneously. However, to ensure the user's data security the server on a separate machine with a dedicated IP address is to be implemented for providing the convenience of connecting to a public address that will remain constant and unchangeable over time. The process of data collection takes place within the sender application which involves capturing body key points using the Kinect sensor and further processing them with the Unity platform. Kinect is a touchless motion controller consisting of two depth sensors, a color video camera, and a microphone array. The software enables complete 3D recognition of body movements, facial expressions, and voice [5].

The depth sensor includes an infrared projector combined with a monochrome CMOS matrix, allowing the Kinect sensor to obtain a three-dimensional image under any lighting conditions.

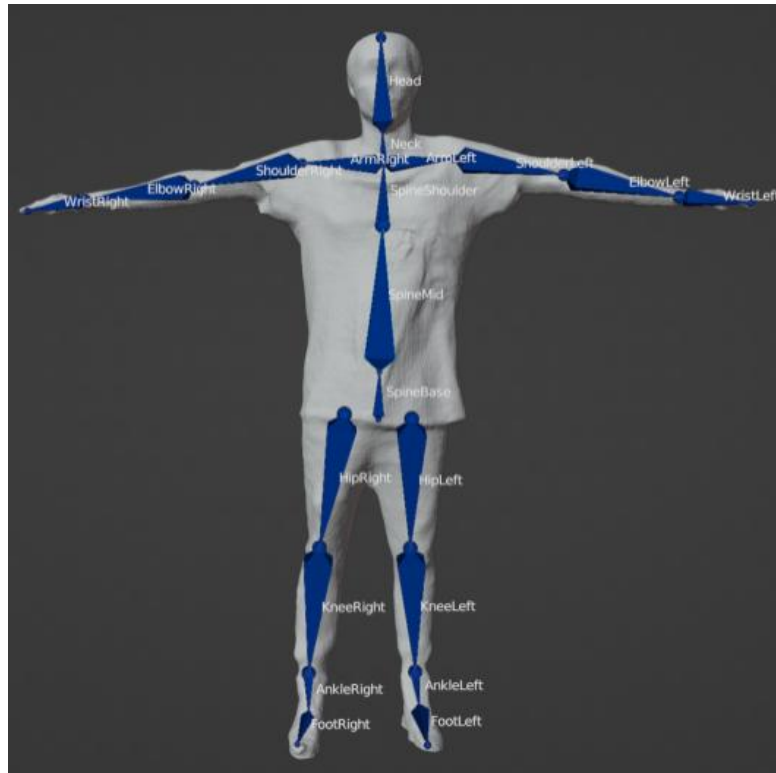


Fig. 2. Atlas of Body Key Points on a Human.

Upon successfully establishing a connection to the server and capturing tutor silhouette via the camera, the application deploys a model that accurately replicates the actions of the human sender. This approach not only expedites application development and testing but also empowers the lecturer to ascertain the accurate detection of key points (Figure 2) and whether they remain within the camera's view, preventing data collection interruptions. It is also possible to create a universal whiteboard on which presentations and any materials needed for comprehensive student learning can be projected. The lecturer retains complete autonomy in selecting and displaying content on this board, even having the ability to create simple augmented reality elements to increase visibility during classes or lectures.

The application maintains a continuous data stream regarding the person's most recent position to the server. In the event that the client-sender ventures outside the camera's field of view, the on-screen model vanishes, resulting in a reduction in network traffic volume. This is achieved as the network function responsible for transmitting coordinates is temporarily inactive. Consequently, only essential packets for sustaining the server connection occupy network bandwidth, poised to recommence full data transmission as soon as the individual reenters the camera frame. This optimization serves to diminish extraneous data transmission and ensures the efficient utilization of network resources.

Data transmission occurs from the Windows application through the server to either the Android application or a similar Windows application, using the Mirror technology [6] specifically designed for working with Unity.

Mirror is a system designed to enhance the multiplayer functionality of Unity. It leverages the underlying transport layer for real-time communication and streamlines various tasks. While the transport layer accommodates various network topologies, Mirror operates as a server authoritative system. It does offer the unique capability for one participant to act as both a client and a server sim-

ultaneously, eliminating the need for a dedicated server process. However, in the specific application under discussion, a client-server-client system has been implemented, with the server operating on a distinct machine [6].

The network component in the client application allows sending requests to the server. The first request is for creating a room, to which the client-sender from the PC connects, and the client-receiver from the smartphone or another PC. It is important to note that currently, only one data source can be in the room, while there can be any number of receivers. This room is hosted on the server, allowing all clients to connect and disconnect at any time without errors. The server establishes a container in which the sender application can store key points' coordinate data. Simultaneously, the receiver application is able to access and retrieve this data from the same container.

Transmitting the body coordinates of the client-sender instead of their actual model allows reducing unnecessary network load and provides flexibility in displaying the model. In the future, it will be possible to write a custom shader that dynamically generates the human model in real-time based on the depth map provided by the RGB-D camera. However, at the moment, it requires pre-scanning the person, adding a mandatory skeletal structure, and loading it into the application as a separate model for reproduction.

The visualization of the key points can be achieved in the Android application using the ARCore SDK. ARCore is a platform developed by Google for creating augmented reality experiences. By utilizing various APIs, ARCore enables phones to gather data about the real world and interact with it. Some of the API interfaces are available for both Android and iOS to facilitate cross-platform augmented reality (in this case, only the Android component is applied) [7].

ARCore's motion tracking technology harnesses the phone's camera to identify key points, also referred to as features, and monitors their movements over time. Through the amalgamation of these point movements with data from the phone's inertial sensors, ARCore effectively computes both the position and orientation of the phone as it traverses through space [8].

Students use their phone to connect to the room on the server in which they have lectures. At this time, the android application connects to the server using an IP address and, utilizing the phone's camera, starts scanning the surrounding planes. After a short period of time, it recognizes all horizontal planes and begins drawing an indicator on it to aid in object placement. Upon tapping the screen, an object with a network component appears, instantly starting to receive data from the server. If the server is aware of the presence of one or more people in the frame on the client-sender (a lecturer) side, the application creates a model for each client-receiver (a student) on the screen and dynamically adjusts their positions in real-time according to the received data.

In addition to the Android application, there is a possibility to reproduce the movements of a person on another PC in a Holographic terminal (Fig. 3). For this, during the first launch of the application, the user will be prompted to choose their role either as a professor or a student. The display system on the PC-receiver has similar functionality to the system on Android-receiver, except for placing the object in real space. The display on the PC remains fixed at a single point, and the movement of objects on the screen can only be triggered by the movement of the person in the frame on the sender's side.



Fig. 3. Holographic terminal in a study-room.

An automatic deletion mechanism is built into the application, which effectively removes a particular model from the screen along with all associated data on the server when a person leaves the frame. Likewise, when the client-sender disconnects from the server, this system ensures the removal of all models and their network components. This sophisticated feature optimally administers virtual objects, guaranteeing their dynamic updates in response to user presence or absence, thereby enhancing efficiency.

To summarize, the new approach is designed to facilitate distance learning by introducing a system for synchronizing control points on a person's body with the coordinates of corresponding model points on a phone or holographic terminal. Such systems have the potential to expand the range of online interactions among people. Academic staff and students will gain new teaching functionalities with this unconventional approach and efficient use of network resources helping reduce network bandwidth requirements by transmitting data related to the motion of an object rather than the full image or three-dimensional model [9, 10]. It is possible that this application or a similar one will be used for student education in the near future.

Further development of the system may include the creation of an application for virtual reality headsets, which will eliminate the need to hold a phone. In addition, in the future, the functionality of client applications will be expanded and various 3D models will be added. There's also the potential for developing a real-time object recognition system, means of information transfer and authoring custom shaders for their display. Such developments will lead to the adoption of 6G and allow us to understand what characteristics and evaluation methods need to be developed for the 2030 networks.

References

1. Clemm A. et al. Toward truly immersive holographic-type communication: Challenges and solutions // IEEE Communications Magazine. 2020. V. 58. No. 1. pp. 93–99.

2. Vybornova A. Immersive Telecommunications: a Survey and Future Development // *Telecom IT*. 2021. Vol. 9. Iss. 3. pp. 1–10. DOI 10.31854/2307-1303-2021-9-3-1-10.
3. Cao C., Preda M., Zaharia T. 3D point cloud compression: A survey // *The 24th International Conference on 3D Web Technology*. 2019. pp. 1-9.
4. Pankov B., Makolkina M.: Research of Network Characteristics of Holographic Traffic // *Telecom IT*. 2022. Vol. 10. Iss. 3. pp. 20–31. DOI 10.31854/2307-1303-2022-10-3-20-31.
5. Technologies of contactless computer control. // URL: <https://clck.ru/32q5it> (accessed date: 04.10.23)
6. Mirror Documentation. // URL: <https://mirror-networking.gitbook.io/docs> (accessed date: 07.10.23)
7. ARCore Documentation. // URL: <https://developers.google.com/ar/develop> (accessed date: 15.10.23)
8. How far has ARCore come. // URL: <https://russianblogs.com/article/89641480790/> (accessed date: 16.10.23)
9. Volkov A., Muthanna A., Koucheryavy A.: Fifth generation communication networks: on the way to networks 2030 // *Telecom IT*. 2020. Vol. 8. Iss. 2. pp. 32–43 (in Russian). DOI 10.31854/2307-1303-2020-8-2-32-43.
10. Svechnikov D., Vybornova A.: Method for 3D Images Transformation and Streaming over Low Bandwidth Communication Networks // *Telecom IT*. 2022. Vol. 10. Iss. 3. pp. 74–81. DOI 10.31854/2307-1303-2022-10-3-74-81.

ТЕЛЕПРИСУТСТВИЕ И ГОЛОГРАФИЧЕСКАЯ СВЯЗЬ: ПРЕИМУЩЕСТВА ДЛЯ ОБРАЗОВАНИЯ

Д. С. Свечников, Е. П. Желтова

В статье описывается новый подход к передаче трехмерных изображений человека по сетям связи, который может принести пользу образовательному процессу, существенно снизив требования к пропускной способности сети за счет передачи не полного изображения, а данных, связанных с движением контрольных точек человека. Основная процедура реализации сводится к следующим этапам: захват данных об объекте, преобразование координат ключевых точек в векторную базу данных, передача по сетям связи и воспроизведение в виде движения трехмерного объекта на устройствах обучающихся, включая телефоны с поддержкой дополненной реальности и голографические терминалы. Практическая значимость работы заключается в возможности использования созданной системы для потоковой передачи данных о движущихся трехмерных объектах по сетям связи для облегчения дистанционного обучения в вузе.

Ключевые слова: сервисы телеприсутствия, дополненная реальность, 3D-изображения, потоковая передача данных, Kinect, Unity, android, ARCore.

Сведения об авторах

СВЕЧНИКОВ Даниил Сергеевич – студент Института магистратуры, Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича, (г. Санкт-Петербург, Россия), danil2001sv@mail.ru

ЖЕЛТОВА Елена Петровна – кандидат педагогических наук, доцент, доцент кафедры иностранных и русского языков, Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича, (г. Санкт-Петербург, Россия), elena_gzheltova@mail.ru

УДК 81'42

К ПРОБЛЕМЕ ПРОЗАИЧЕСКИХ РИТМОВ

Е. Ф. Сыроватская

Проблема ритма прозаических текстов стала актуальной с начала двадцатого века. Большинство исследователей пытались найти закономерности, аналогичные стихотворному метру. Очевидно, что проблема прозаического ритма не может быть решена только методами квантитативной лингвистики, необходимо опираться на литературоведение и исследования в области физиологии, изучающие ритмы в жизни человека.

Ключевые слова: Прозаический ритм, стихотворный метр, длина предложения, макропредложение.

Проблема прозаического ритма начала активно изучаться в начале двадцатого века как российскими, так и немецкими учеными. До этого считалось, что проза, в отличие от стиха, неритмична. В основе такого подхода лежало убеждение, что основой ритма является стихотворный метр, т. е. определенный порядок чередования ударных и безударных слогов в стопе. Предпринимались попытки найти стихотворные стопы в прозаических текстах. В ряде случаев такие попытки имели успех, например, при анализе прозаических отрывков из произведений Н. В. Гоголя «Чуден Днепр при тихой погоде» или «Птица-тройка». Однако, в большинстве текстов найти упорядоченные чередования метрических стоп не удавалось. Отсюда делался вывод об отсутствии ритма прозы как такового.

В двадцатых годах прошлого века интерес к проблеме прозаического ритма возродился: ученые искали языковую единицу, которая могла бы стать основой для измерения ритма прозаических текстов. Эти поиски означали признание того факта, что ритм присущ не только стиху, но и прозе, и ритм не равен метру.

Одним из первых интерес к данной проблеме проявил филолог и психолог Карл Марбе, который попытался сформулировать закон прозаического ритма в немецком языке на основе подсчета количества неударных слогов между двумя соседними ударными.

А. М. Пешковский в 1925 году исходил из постулата, что человеческая речь всегда и везде ритмична. Опорный пункт изучения ритма, по его мнению – такт, в котором неслоговые (безударные) слоги объединяются слогом слоговым (ударным). Ритм художественной прозы выстраивается в уравновешенной системе числа тактов в фонетических предложениях. Таким образом, и в подходе Пешковского прослеживается попытка подойти к прозе с точки зрения стиха с подсчетом ударных и безударных слогов [2].

Н. А. Энгельгардт, изучая мелодику тургеневской прозы, писал так: «Проза есть фраза. Фраза состоит из слов. Фраза есть словосочетание. Слово – соединение ударных и безударных слогов. Каждое русское слово есть стопа. Итак, словосочетание есть стопосочетание. Прозаическая фраза – сочетание стоп. Склад, лад, музыкальная тональность, количество звука – основание

ритма фразы» [3, с.17]. Здесь мы видим тот же подход к «стопосочетанию», но интересно отметить, что Энгельгардт вводит в свои рассуждения сравнения с музыкой, упоминая тональность и количество звука.

Здесь следует отметить, что переход к музыкальным терминам осознанно или неосознанно переводит проблему прозаического ритма в иную плоскость. В музыке основой ритма является чередование звучания музыкальных отрезков и пауз. При произнесении прозаического текста вслух становится очевидным, что он устроен очень похожим образом. Читая текст, мы воспроизводим звучащий смысловой отрезок между паузами разной длины, обозначенными знаками препинания. Паузы необходимы, чтобы сохранять дыхание. Можно предположить, что именно чередование условно звучащего текста и пауз является основой прозаического ритма.

Интересно, что в тот же период времени, что и упомянутые выше филологи, вопросами ритма заинтересовался психолог Л. Н. Выготский. В 1922 — 23 годах он провел психологические опыты восприятия поэзии и пришел к следующим выводам: «1. Речевой ритм произведения устанавливает свой ритм и характер дыхания. 2. Каждой системе дыхания и ритму его отвечает определенный строй эмоций, создающих эмоциональный фон для восприятия поэзии, особый для каждого произведения. 3. Этот эмоциональный фон поэтического переживания сходен с тем, который переживал в момент творчества автор, так как в его речи утвердился ритм его дыхания. Отсюда «заразительность» поэзии. Каждое стихотворение или отрывок прозы имеют свою систему дыхания в силу непосредственного приспособления дыхания к речи. Писатель творит не только ритмы слов, но и ритмы дыханий. Читая Достоевского, мы дышим иначе, чем читая Чехова» [1, с. 170]. Отметим, что исследователь в ходе рассуждений переходит от поэзии к прозе, уравнивая их речевые ритмы характером дыхания. Еще интереснее тот факт, что Л. Н. Выготский в качестве «источника ритма» рассматривает ритм дыхания автора произведения.

Журнал «Вопросы литературы» в 1973 году предложил писателям анкету, в которой присутствовал вопрос об их отношении к понятию «ритм художественной прозы», и осознают ли они его в процессе творческой деятельности. Мариэтта Шагинян ответила на этот вопрос так: «Ритм присущ всему живому — без ритма не может быть течения времени. ... Ритм наиболее ярко отражает индивидуальность писателя, но он не связан ни с какой жанровой формой специально... Он связан с тем великим волнением художника в его творческом процессе, который именуется «вдохновением» и о котором физиологи, исследуя его, могут быть, сказали бы, что в эти минуты происходит полный обмен веществ в организме и сгорание фосфора в мозгу. Говорить о ритме только в применении к литературной прозе нельзя, ритм не профессиональное явление, а сугубо антропоморфическое, затрагивающее в акте творчества весь характер, всю организацию человека» [4, с. 96].

Можно предположить, таким образом, что писатель в процессе создания художественного текста задает читателю определенный ритм, основанный на ритме его дыхания. Мы полагаем, что наиболее простой подход к декодированию этого феномена состоит в подсчете количества (условно звучащих) текстовых единиц-предложений между паузами, маркированными точкой. Исследование проводилась на текстах двух немецких писателей — Германа Гессе (1877-1861) и Вольфганга Борхерта (1921-1947). Материалом послужили

два произведения Г. Гессе: повесть «Unterm Rad» (1906) и роман «Das Glasperlenspiel» (1943); а также два рассказа В. Борхерта: «Die Hundebblume» (1946) и «Nachts schlafen die Ratten doch» (1947) методом количественного анализа (сплошного подсчета) была определена средняя длина предложения в каждом произведении. В повести «Unterm Rad» она составила 9, 47 слова, а в романе «Das Glasperlenspiel» – 37, 45 слова. Соответственно возрастает и количество сложных и осложненных предложений, в романе около 12% составляют так называемые макропредложения, содержащие свыше 60 слов.

В рассказах В. Борхерта показатели следующие: рассказ «Die Hundebblume» – 17, 30 слова, рассказ «Nachts schlafen die Ratten doch» – 8, 21 слова.

Оставляя за рамками вопросы жанровой принадлежности исследуемых произведений, на примере почти четырехкратного возрастания средней длины предложения в прозе Г. Гессе можно предположить, что ритм прозы одного и того же автора меняется с течением времени, потому что ритм дыхания молодого человека иной, чем у человека зрелого и умудренного жизненным опытом. С годами бег сменяется медленным шагом, ритм жизни замедляется, человек все больше склонен к созерцанию и размышлению, как Герман Гессе, которого часто называли «отшельником из Монтаньоль».

В повести «Unterm Rad» читатель вслед за автором следит за сменой событий в жизни героя, сопереживая ему, попавшему под колеса системы образования и так и не нашедшему друзей и места в жизни. В повести отражен опыт юношества и учебы в гимназии самого Гессе, он как автор эмоционально вовлечен в описываемые события, и это заставляет его сопереживать своим героям, писать короткими предложениями, «дышать чаще», делая паузы через короткие промежутки.

В романе «Das Glasperlenspiel» автор рисует провинцию ученых и людей искусства Кастилию. Герои романа занимаются научными исследованиями, соединением одной области знаний с другой, «играют в бисер». Они мало действуют и много размышляют. Автор здесь максимально отстранен от происходящего, он описывает умозрительную действительность, и ритм прозаического текста меняется. Предложения становятся длиннее, паузы реже, и периодически «дыхание» совсем замирает на длинных и сложных макропредложениях.

Анализируя рассказ В. Борхерта «Die Hundebblume», можно обратить внимание не столько на среднюю длину предложения (17, 30 слова), сколько на аранжировку предложений разной длины. Первый абзац состоит из восьми предложений следующей длины: 1.6; 2.21; 3.13; 4.8; 5.22; 6.37. Семнадцатый абзац демонстрирует следующую картину: 68.4; 69.6; 70.12; 71.24; 72.70; 73.20. Реальный автор-писатель и автор-рассказчик (заключенный камеры 432, в тюремную замкнутость которого неожиданно вливается реальная жизнь вместе с сорванным на прогулке одуванчиком) слиты воедино: повествование ведется от первого лица. Эмоциональная вовлеченность писателя в события максимальна, ритм дыхания частый и рваный за счет разной длины предложений.

В рассказе «Nachts schlafen die Ratten doch» ведется диалог между девятилетним мальчиком и неким кривоногим мужчиной. Мальчик сидит в развалинах разбомбленного дома и охраняет от крыс тело младшего брата, оставшегося под завалами. В кратких репликах диалога прочитывается сначала недоверие, а потом раскрывается весь ужас происходящего. Ритм здесь за-

медлен, герой крайне утомлен, и автор с помощью частых пауз позволяет читателю почувствовать это состояние.

Подводя итоги краткого рассмотрения проблемы, можно сделать вывод, что ритм прозы, безусловно, существует, и он намного сложнее стихотворного метра. Его невозможно исследовать только с позиций метрических стоп, подсчитывая ударные и безударные слоги. Прозаический ритм необходимо изучать как лингвистическими методами, так и литературоведческими, опираясь на писательский опыт и события в его жизни. Необходимо также привлекать математический аппарат и физиологические исследования проблемы ритмов в жизни человека.

Список использованных источников

1. Выготский Л. С. О влиянии речевого ритма на дыхание / Л. С. Выготский // Проблемы современной психологии: сборник статей сотрудников Московского государственного института экспериментальной психологии / ред. К. Н. Корнилов. – Ленинград: Государственное издательство, 1926. – С. 169-173. – URL: <http://www.psychlib.ru/inc/absid.php?absid=390703> (дата обращения: 16.10.2023).
2. Пешковский А. М. Стих и проза с лингвистической точки зрения // Пешковский А. М. Методика родного языка, лингвистика, поэтика. Л., 1925
3. Энгельгардт Н. А. Мелодика тургеневской прозы // Творческий путь Тургенева. Пг.: Сеятель. – 1923. – 9-63.
4. Шагинян М. О ритме художественной прозы // Вопросы литературы. – 1973. – №7. – С. 95-125. – URL: <https://voplit.ru/issue1973/7> (дата обращения 17.10.23)

ABOUT THE PROBLEM OF PROSE RHYTHM

E. Syrovatskaia

The article considers the problem of prose rhythm, which became relevant from the beginning of the 20th century. The scientists tried to find the regularities similar to that of the poetic meter. It is obvious that the problem of prose rhythm cannot be solved using the methods of quantitative linguistics, it is necessary to refer to the history of literature and the investigations of human rhythms made by physiology.

Keywords: prose rhythm, poetic meter, sentence length, macrosentence.

Сведения об авторе

СЫРОВАТСКАЯ Елена Фёдоровна – кандидат филологических наук, заведующий кафедрой Иностранных и русского языков, Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича, (г. Санкт-Петербург, Россия), elesyro55@gmail.com

УДК 621.3.049.77

FUNCTIONAL VERIFICATION FOR FPGA

A. Urokov, K. Shishkina, V. Ivanova

This paper considers various methods of carrying out functional verification of FPGA. The choice of a verification method suitable for a specific task should take into account many different factors. It is necessary to find the optimal method to unify process and, as a consequence, accelerate the production of the finished product. In the course of the analysis of existing methodologies for testing digital devices, the choice of a universal UVM verification methodology is justified.

Keywords: functional verification, FPGA, DUT, UVM.

Nowadays, the complexity of electronic devices is constantly growing, and the requirements for the final product in a highly competitive market of consumer electronics are changing. To provide compactness and higher performance the developers steadily increase the degree of integration of components of hardware systems. The process of checking if a system satisfies a given specification has become a very time-consuming task.

The purpose of the present study is to analyze different verification methods and to find out appropriate techniques for acceleration of the verification process.

Field-Programmable Gate Arrays (FPGA) are a type of integrated circuits that consist of programmable logic blocks and interconnects that can be programmed to perform various tasks. Most commonly these devices find value in systems that require reconfigurability and parallel processing capabilities such as digital signal processing and telecommunications systems. The main draw of these devices over Application Specific Integrated Circuits (ASIC) is that they can be reprogrammed after manufacturing – a feature that allows for reduction in development cost.

One of the biggest problems with complex FPGA designs is the presence of non-trivial bugs in a finished device. Bugs are not as big of a problem for a FPGA device as they are for an ASIC device, and yet they can still be costly since bugs are usually found only after a system is assembled. Henceforth, reprogramming would require a complete or a partial disassembly to reprogram a FPGA chip. Modern FPGA devices consist of up to millions of logical gates which in turn amounts to trillion potential logical states for a finished design. This raises a need for a thorough verification process in order to eliminate as many bugs as possible before releasing the product [1].

Most of the non-trivial bugs that escape to the final product appear due to the functional flaws which comprise design errors, flaws in specification and problems with IP-blocks. A thorough functional verification process and a wider adoption of modern verification techniques should help developers to single out and fix errors in a design during the development period.

Verification methods vary in complexity and the choice of the method depends on the design under test (DUT) and a company's practices in regard to verification.

The simplest method is the exhaustive testing. This method suggests testing every possible logical state that a device could assume leaving no room for error. While being trivial on the surface, exhaustive testing is not realizable in the current landscape due to the scope and complexity of modern devices.

The second method is directed testing which implies creating tests targeting a certain feature or a group of features that are essential to a DUT. This method is often used in simpler devices or by design engineers to check on the general performance of a design and becomes less sufficient as systems grow in complexity.

Another method is random testing. This method entails the construction of verification environments where stimulus is being randomly generated in accordance to the technical documentation. Constraints are often used with randomly generated data to ensure that the data items remain within the range of possible states and to prevent false-negative results from appearing.

Verification methodologies were developed in order to further increase the effectiveness of functional verification and standardize the process of developing elaborate testing environments [2].

Verification methodologies are class libraries that determine a certain structure that all tests should adhere to. The most widely used methodology for FPGA testing is Accellera UVM which has been developed by Accellera Systems Initiative standards organization in 2011. UVM is based on SystemVerilog hardware description language, which is not the predominant design language by a significant margin, and adopts a number of concepts from SystemC language[3].

UVVM and OSVVM are open-source verification methodologies based on VHDL language. Since these methodologies are based on VHDL, which is the most widely adopted FPGA design language, it makes the process of debugging much easier for verification engineers and both of the languages have been growing in popularity since 2018.

It is worth noting that Python scripting language is also being used for developing FPGA verification environments alongside verification methodologies such as cocotb that is based on the previously mentioned language. This practice has not been widely adopted yet but there is a trend for using high-level languages for FPGA verification.

Test architecture determined by FPGA verification methodologies usually comprises a DUT and several other blocks such as an interface, stimulus generator, driver, monitor and scoreboard (Fig. 1).

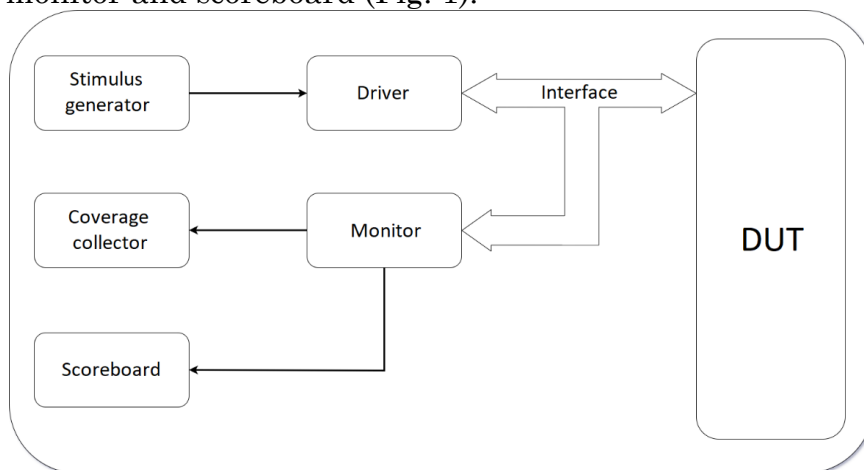


Fig.1. Standard verification environment architecture.

Interface is a construct that connects a DUT to a verification environment, and it imitates data buses used to transfer transactions to and from the design. Like every other block the interface can be specified by the verification engineer and user-defined functions can be added to it for additional data manipulation.

The goal of a stimulus generator is to produce stimulus explicitly defined by the developer whether it is a set of specific transactions or a sequence of randomly generated transactions restricted by user-defined constraints.

The driver block receives transactions from the stimulus generator and converts the data to a form that DUT will understand. This block also manages time requirements.

The monitor block monitors the interface for any transactions going to and from the DUT. This block might be utilized to accomplish tasks of functional coverage collection and data processing but generally monitor block only collects and passes data to other blocks in the system.

Functional coverage is done by a coverage collector and is used as a metric that shows how many states of the DUT's state-space have been covered by the test. This block is optional and not always utilized.

The scoreboard block receives data from the monitor and compares reactions from the DUT with the reactions of a reference model that produces expected transactions to the generated stimulus. If every comparison is successful at the end of the simulation the test itself is considered successful.

In conclusion, it should be noted that the methods and methodologies inclusion of which in the development cycle could decrease the chances of a non-trivial bug escaping to the final product are presented in the current study. Appropriate techniques for acceleration of the verification are determined.

References:

1. Chen, Fu-Long, et al. 2015. A methodology on component-based modeling and effective-ness verification for complex digital logic components. 22. P. 113-125. // URL: https://www.researchgate.net/publication/290456875_A_methodology_on_component-based_modeling_and_effectiveness_verification_for_complex_digital_logic_components (access date: 28 Oct., 2023).
2. Chen, Wen, et al. 2017. Challenges and trends in modern SoC design verification. IEEE Design & Test 34.5. P. 7-22. // URL: https://www.researchgate.net/publication/318890041_Challenges_and_Trends_in_Moder_n_SoC_Design_Verification (access date: 30 Oct., 2023).
3. IEEE Standard for Universal Verification Methodology Language Reference Manual. 2020. IEEE Std 1800.2-2020 (Revision of IEEE Std 1800.2-2017). P. 1-458. // URL: <https://ieeexplore.ieee.org/document/9195920> (access date: 18 Oct., 2023).

ФУНКЦИОНАЛЬНАЯ ПРОВЕРКА ДЛЯ FPGA

А. Д. Уроков, К. А. Шишкина, В. А. Иванова

В данной статье рассматриваются различные методы проведения функциональной верификации FPGA. Выбор метода верификации, подходящего для конкретной задачи, должен учитывать множество различных факторов. Необходимо найти оптимальный метод для унификации процесса и, как следствие, ускорения производства готового продукта. В ходе анализа существующих методик тестирова-

ния цифровых устройств обоснован выбор универсальной методики верификации UVM.

Ключевые слова: функциональная верификация, FPGA, DUT, UVM.

Сведения об авторах

УРОКОВ Антон Дилшодович – студент факультета институт магистратуры кафедры радиосистем и обработки сигналов, Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича, (г. Санкт-Петербург, Россия), asuna0turtle@gmail.com

ШИШКИНА Ксения Александровна – студент факультета институт магистратуры кафедры радиосистем и обработки сигналов, Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича, (г. Санкт-Петербург, Россия), shishkina.kseniya.00@mail.ru

ИВАНОВА Виктория Александровна — старший преподаватель кафедры иностранных и русского языков, Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича, (г. Санкт-Петербург, Россия), kafedra0109@mail.ru

УДК 504.055 (470.23)

APPLICATION OF GIS TECHNOLOGIES FOR ELECTROMAGNETIC FIELD ASSESSMENT

A. Pichugina, V. Sturman, M. Yatsenko

The article presents the results of measurements of the energy flux density level of the radio frequency electromagnetic field in the urban environment. A map of the interpolated values was compiled as a result of data processing using GIS technologies. Exceedances were detected as an outcome of comparing empirical data with the maximum permissible level. The study shows that the electromagnetic field is heterogeneous, but there is no big difference in values between the adjacent to houses territories and the main streets.

Keywords: electromagnetic fields, energy flux density, cellular base stations, GIS technologies.

Nowadays, radio engineering devices are receiving extremely increased use. Technologies such as radio communication, television, wireless cellular communication, Wi-Fi and GPS navigation, etc. are impossible without the use of the radio frequency range. In a series of studies, the negative impact of radio frequency electromagnetic fields (RF EMF) on the environment and human health has been pinpointed [1,2]. Therefore, the study of the formation of electromagnetic fields is relevant, especially in light of the growing public and private use of radio engineering devices. However, the processing of the received data can be labor-intensive and requires the use of specialized tools. GIS technologies provide convenient and efficient operation with data, and allow complex calculations, visualization and analysis of the spatial distribution of fields. The use of GIS technologies permits to obtain a more complete understanding of the characteristics of electromagnetic fields in real conditions. All these makes this technology important and applicable for rationing and developing protective measures.

In the Russian Federation, in accordance with regulatory sanitary documents [3,4], the limits of permissible levels of EMF indicators are established in order to ensure the environmental safety of the population from the negative impact of transmitting radio engineering facilities. For the frequency range of 0.3-330 GHz, regulation is carried out according to the energy flux density indicator, with the maximum permissible level of 10 mW/ cm² for residential and public buildings and residential areas.

Thus, the environmental assessment of electromagnetic fields becomes the process of complex nature. The tasks of this paper can be formulated as follows

- to perform one-time measurements of the electromagnetic field of the radio frequency range in residential areas;
- to evaluate the results of measurements of the electromagnetic field with maximum permissible levels;
- to assess the impact of the operation of cellular base stations on the formation of the electromagnetic field at the frequency of 2000 MHz;

- to evaluate the spatial dynamics of electromagnetic fields at the frequency of 2000 MHz;
- to create cartographic materials of the electromagnetic field at the frequency of 2000 MHz;
- to propose recommended measures based on the obtained results to protect the population.

To achieve these goals the assessment of the electromagnetic field was carried out in the city of Murino, located in the north-west of the Vsevolozhsky district of the Leningrad Region. The area of 1,807 km² with a dense high-rise residential building was selected for the RF EMF study. 15 cellular base stations installed on masts and 4 cellular base stations installed on roofs were found on the study area.

The EMF level meter («MEGEON» LLC, Russia) designed for measurements in the range from 50 MHz to 3.5 GHz was used to execute RF EMF measurements.

Measurements were performed according to the methodology [5] from 20.09.2023 to 10.10.2023 at a frequency of 2000 MHz (3G IMT-2000 standard) [6] at 677 points with an interval of 30-50 m. A total of 677 measurements were accomplished.

Data processing was performed in the QGIS 3.16.11 program. The geographical coordinate system WGS 84 was selected, and Open StreetMap (OSM) was used as the base map, to which a map fragment from the Yandex.Maps portal was subsequently linked in the projection of the coordinate system EPSG:3857 – WGS 84/Pseudo-Mercator. Coordinates were assigned to each point, values of EMF indicators were imported, the boundary of the studied area was marked. It allowed to display the cellular base stations. After that, interpolation using the TIN method was carried out to spatially process the measurements. The TIN interpolation method in GIS technologies is one of the ways to create surfaces based on irregular triangular grids. As compared to interpolation methods based on regular grids, the TIN interpolation method makes it possible to describe the irregularities and changes in the studied coverage more accurately. Also, statistical data processing was made in the program using internal tools.

As a result, a map of the interpolated values of the energy flux density at a frequency of 2000 MHz was constructed (Fig. 1).

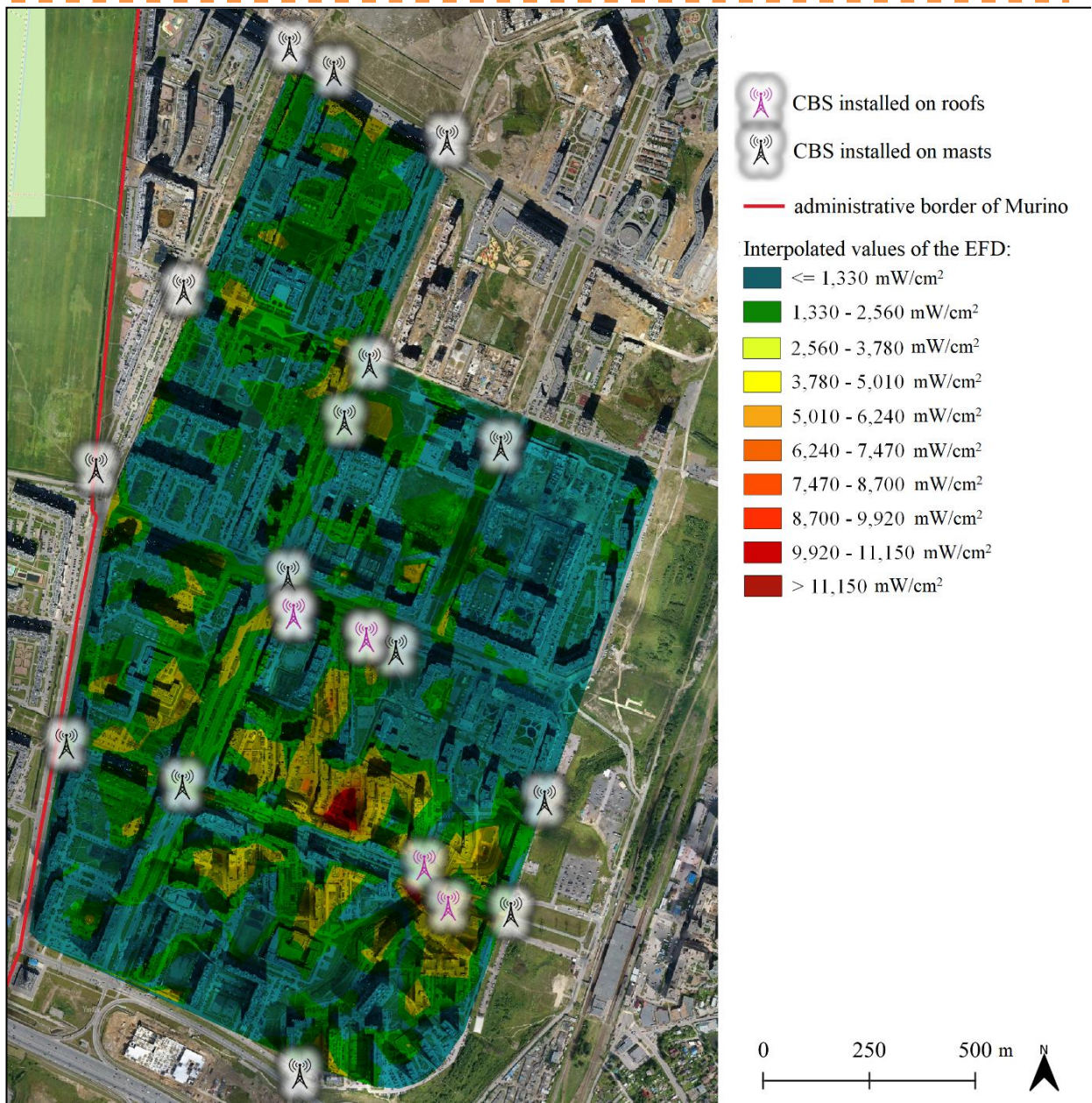


Fig. 1. Map of Interpolated Values of the Energy Flux Density at a Frequency of 2000 MHz

Exceedances of the maximum permissible level of RF EMF were detected in the studied area. The maximum recorded value was 12.860 mW/cm². Near this place there are cellular base stations directed to it, installed on the roofs of two-level buildings, which, perhaps, contribute to the formation of the maximum value. Moreover, the highest recorded values were 11.660 mW/cm² and 11.240 mW/cm². The territory of the courtyard of the houses 8,10,12 at Mendeleev Avenue, where these points are located, is characterized by the area of increased values. The average EMF indicator is 9.031 mW/cm². There is a large playground, and also the underground car parking on the territory. The maximum values are related to a football court equipped with a rubber surface and a metal fence, as well as to the exit of an underground tunnel from a car parking lot. It can be assumed that the area of increased values is formed due to devices that are neces-

sary for the operation of underground parking and amplify radio signals. There occurs the interference of these waves from the rubber surface and metal structures on the territory of the football court. It is important to note that the maximum values at ground level are not marked in the immediate vicinity of the cellular base stations, but at a distance of about 100 meters from them, which can be explained by wave diffraction and the height of the emitters.

The average value of the energy flux density over the entire studied area was 1.539 mW/cm², which does not exceed the permissible level established in the official documents. Despite the fact that the formation of the values of the electromagnetic field is heterogeneous, there is no large amplitude of averaged values between the house territories and the main streets. The average value of the parameter for the territory of the main streets is 1.471 mW/cm², while for house territories it is 1.593 mW/cm². The average energy flux density index in a radius of 100 m around the base stations installed on roofs and around the base stations installed on masts is 2.16 mW/cm² and 1.57 mW/cm² respectively.

Summing up the conducted research of the radio frequency electromagnetic field's measurements at 2000 MHz in Murino, it should be noted that local exceedances of the energy flux density were detected, although the average field value in the area is no more than 16% of the upper limit of the permissible value. By processing data in QGIS, it is possible to see the spatial distribution of electromagnetic field values and to make assumptions about the sources of the maximum values. It can be assumed that the sources of the maximum values are most likely devices that amplify the radio signal and cellular base stations installed on the roofs of two-levels buildings. In this case, protection from the effects of radio frequency electromagnetic fields involves either a change in the radiation characteristics of the technical means, or spatiotemporal protection (for example, the creation of a sanitary protection zone around radiation sources or monitoring the time spent in the contaminated zone). Since previous studies of industrial frequency EMF showed the formation of large values at altitude, the author believes that further studies are necessary especially in buildings located near cellular base stations at the appropriate height to fully assess the electromagnetic background of the radio frequency range. In addition, for a more correct assessment of RF EMF in the city of Murino, it is necessary to conduct long-term monitoring using data on radiation parameters and the exact location of all cellular base stations.

References:

1. Falcioni, L., Bua, L., Tibaldi, E. 2018. Report of final results regarding brain and heart tu-mors in Sprague-Dawley rats exposed from prenatal life until natural death to mobile phone radiof-requency field representative of a 1.8 GHz GSM base station environmental emis-sion. *Environmental research*, 165, 496-503. // URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0013935118300367> (access date: 20 Oct., 2023)
2. Santini, R., Santini, P., Danze, J. M., Le Ruz, P., & Seigne, M. 2002. Study of the health of people living in the vicinity of mobile phone base stations: I. Influences of distance and sex. *Pathol Biol*, 50(369), 369-373 // URL: <http://www.vws.org/documents/Cell-Project-Documents/PathologicalBiology.pdf> (access date: 20 Oct., 2023)

3. SanPiN 2.1.8/2.2.4.2302-07 Gigienicheskie trebovaniya k razmeshcheniyu i ekspluatatsii peredayushchih radiotekhnicheskikh ob"ektov. Resolution of the Chief State Sanitary Inspector of RF of Dec. 19, 2007 г. N 91. // URL: <https://docs.cntd.ru/document/902081974> (access date: 20 Oct., 2023)

4. SanPiN 1.2.3685-21 Gigienicheskie normativy i trebovaniya k obespecheniyu bezopasnosti i (ili) bezvrednosti dlya cheloveka faktorov sredy obitaniya. Resolution of the Chief State Sanitary Inspector of RF of Jan. 28, 2021 N 2. // URL: <https://docs.cntd.ru/document/573500115> (access date: 20 Oct., 2023)

5. MR 4.3.1167-02 Opredelenie plotnosti potoka energii elektromagnitnogo polya v mestah razmeshcheniya radiosredstv, rabotayushchih v diapazone chastot 300 MGc-300 GGc. // URL: <https://docs.cntd.ru/document/1200030406> (access date: 20 Oct., 2023)

6. 4G LTE in Russia: description of frequency operation. Official website of Digital Angel LLC. // URL: <https://digitalangel.ru/help/4g-lte-v-rossii-opisanie-raboty-chastoty/> (access date: 20 Oct., 2023)

ПРИМЕНЕНИЕ ГИС-ТЕХНОЛОГИЙ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЭЛЕКТРОМАГНИТНОГО ПОЛЯ

М. В. Яценко, А. Д. Пичугина, В. И. Стурман

В статье представлены результаты измерений уровня плотности потока энергии радиочастотного электромагнитного поля в городской среде. Карта интерполированных значений была составлена в результате обработки данных с использованием ГИС-технологий. Превышения были выявлены в результате сравнения эмпирических данных с предельно допустимым уровнем. Исследование показывает, что электромагнитное поле неоднородно, но большой разницы в значениях между прилегающими к домам территориями и главными улицами нет.

Ключевые слова: электромагнитные поля, плотность потока энергии, базовые станции сотовой связи, ГИС-технологии.

Сведения об авторах

ПИЩУГИНА Александра Дмитриевна – магистрант кафедры экологической безопасности телекоммуникаций, Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича, (г. Санкт-Петербург, Россия), aleksandradeshugina73@gmail.com

СТУРМАН Владимир Ицхакович – доктор географических наук, профессор, профессор кафедры экологической безопасности телекоммуникаций, Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича, (г. Санкт-Петербург, Россия), sturman.vi@sut.ru

ЯЦЕНКО Мария Вадимовна – доктор филологических наук, доцент, профессор кафедры иностранных и русского языков, Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича, (г. Санкт-Петербург, Россия), Maria.yatsenko1@ayndex.ru

Сборник научно-теоретических статей

ВЕСТНИК

ФАКУЛЬТЕТА СОЦИАЛЬНЫХ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Санкт-Петербургского государственного
университета телекоммуникаций
им. проф. М. А. Бонч-Бруевича

Материалы конференции преподавателей
на XXV Международном Балтийском
коммуникационном форуме
1–2 декабря 2023 г.

Отпечатано с готового авторского оригинал-макета
План издания научной литературы 2023 г., п. 11

Объем 51,38 печ. л. Тираж 60 экз. Заказ 1543

Факультет Социальных цифровых технологий СПбГУТ
<https://www.sut.ru/education/fakulteti-i-instituti/gf>
www.gf-sut.ru
193232 СПб, пр. Большевиков, д. 22