

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ  
ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ПЕТРА ВЕЛИКОГО

---

# КОММУНИКАТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА

Труды X Международной  
научно-теоретической конференции

*26–27 октября 2018 года*



**ПОЛИТЕХ-ПРЕСС**

Санкт-Петербургский  
политехнический университет  
Петра Великого

Санкт-Петербург

2018

**Коммуникативные стратегии информационного общества** : труды X Международн. науч.-теор. конф., 26–27 октября 2018 г. – СПб. : ПОЛИТЕХ-ПРЕСС, 2018. – 428 с.

В публикуемых материалах обсуждаются особенности коммуникативного пространства современного социума, проблемы социального управления в информационном обществе, соотношение стратегий глобализации и коммуникации, особенности мотивации и манипуляции сознанием, образовательные и человеческие ресурсы в социотехнических системах.

В центре внимания – коммуникативные практики, обращенные к человеческому фактору, выделяющие ресурсы рефлексии, убеждения, понимания, свободного выбора.

Материалы докладов печатаются в авторской редакции.

Оргкомитет конференции:

*В. В. Сергеев* (проректор СПбПУ, председатель),  
*О. Д. Шипунова* (заместитель председателя), *Д. И. Кузнецов*,  
*С. В. Кулик*, *И. П. Березовская*, *Д. С. Быльева*, *И. В. Коломейцев*.

Ответственный за выпуск – профессор Высшей школы общественных наук СПбПУ *О. Д. Шипунова*.

The Ministry of Education and Science of the Russian Federation

PETER THE GREAT SAINT-PETERSBURG  
POLYTECHNIC UNIVERSITY

---

COMMUNICATION STRATEGIES  
OF THE INFORMATION SOCIETY

Proceedings of the X<sup>th</sup> International  
Scientific-Theoretical Conference

*October 26–27, 2018*

Saint-Petersburg  
2018

**Communication strategies of the information society** : Proceedings of the X<sup>th</sup> International scientific-theoretical conference, October 26–27, 2018. – St. Petersburg : POLYTECH-PRESS, 2018. – 428 p.

Presented materials discuss special features of communicative space in modern society, problems of social control in information network society, relations between globalization strategies and intercultural communication, specific methods of modern youth motivation and consciousness and behavior manipulation and also educational and human resources in socio-technical systems. The focus is set on those value-oriented communicative environments, traditional and modern tools and practices which address the human factor, involve resources of reflection, belief, understanding, freedom of choice.

All materials are printed in authors' version, wording and edition.

Organization committee of the conference:

*V. V. Sergeev* (Vice-Rector, Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University, chairman), *O. D. Shipunova* (deputy chairman), *D. I. Kuznetsov*, *S. V. Kulik*, *I. P. Berezovskaya*, *D. S. Bylieva*, *I. V. Kolomeyzev*.

Executive editor – *O. D. Shipunova*, Professor, Higher School of Social Sciences of the Humanitarian Institute, Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University.

## ПРОГРАММНЫЙ КОМИТЕТ

ВАСИЛЬЕВ Ю.С. – научный руководитель СПбПУ (председатель)

АЛМАЗОВА Н.И. – профессор, член-корреспондент Российской Академии Образования, директор Гуманитарного института СПбПУ (заместитель председателя)

ШИПУНОВА О.Д. (ученый секретарь), доктор философских наук, профессор Высшей школы общественных наук федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого», Россия.

ВАН ЦИ – исполнительный директор Института стратегического сотрудничества между Китаем и Россией университета Цинхуа, КНР

ДЖОЗЕФСОН ПОЛ – профессор истории, Колби колледж, США

ДЖУЗЕППЕ ДИ ДЖАКОМО – руководитель отделения философии, Римский университет, Италия

КАПИЛУПИ СТЕФАНО – доктор философии, профессор, Римский университет, Италия

КАЦ НАУМ – профессор Карнеги-Меллон университета, Питтсбург, США

КЛЯГИН С.В. – заведующий кафедрой теории и практики общественных связей Российского государственного гуманитарного университета, Москва

КУЗНЕЦОВ Д.И. – профессор Высшей школы общественных наук СПбПУ

КУЛИК С.В. – директор Высшей школы общественных наук СПбПУ

КУЛСАРИЕВА А.Т. – проректор Казахского национального педагогического университета имени Абая

ЛУКЪЯНОВА Н.А. – руководитель отделения социально-гуманитарных наук Школы базовой инженерной подготовки Томского политехнического университета

МАССАЛИМОВА А.Р. – декан факультета Философии и политологии Казахского национального университета имени аль-Фараби ;

МЮЮРСЕПП ПИТЕР – глава департамента интернациональных академических связей Школы экономики и бизнес-администрации Таллиннского технологического университета

ФЕЛЛ ЕЛЕНА – зам. главного редактора Европейского журнала по философии коммуникации «Эмпедокл», Великобритания

## ПЛЕНАРНЫЕ ДОКЛАДЫ

УДК 32+33, ББК 65+66

И.Ф. Игнатьева<sup>1</sup>, Б.А. Исаев<sup>2</sup>  
Irina Ignatyeva, Boris Isaev  
iifed@mail.ru, isaevboris@yandex.ru

### Современные тренды геэкономике и геополитике Modern trends in geo-economics and geopolitics

*Российский государственный педагогический университет им. А.И. Герцена<sup>1</sup>  
Санкт-Петербургский государственный университет аэрокосмического приборостроения<sup>2</sup>  
The Herzen State Pedagogical University of Russia  
Saint-Petersburg State University of Aerospace Instrumentation*

В статье рассматриваются основные тренды современного общества в геэкономическом и геополитическом аспекте.

Ключевые слова: геэкономике, геополитике, геопространство, геополитическое равновесие.

The article deals with the main trends of modern society in the geo-economic and geopolitical aspect.

Key words: geo-Economics, geopolitics, geospatial, geopolitical equilibrium.

В начале XXI века геополитика претерпевает глубокие изменения. Основатель геополитики Фридрих Ратцель в своей работе «Политическая география» (1898 год) представлял современный ему мир разделенным между семнадцатью колониальными державами [1, с. 67], а Эрих Обст в 1925 году отметил сокращение числа колониальных держав до двенадцати [2, с. 99]. Первой тенденцией геополитики XIX – начала XX века, отмеченной ее основателями, стала тенденция сокращения числа колониальных держав, делящих мир и фактически управляющих им, при расширении своих колониальных владений и постоянном росте своего могущества.

Но реальное развитие мира пошло иным путем. После окончания Первой мировой войны начался процесс распада империй: Австро-Венгерской, Германской, Османской, Британской, Французской империй, СССР, Югославии, Чехословакии. После окончания Второй мировой войны параллельно пошел процесс деколонизации. В результате этих изменений территория независимых стран, число которых многократно возросло и составляет ныне около 200, охватывает сегодня практически все пространство планеты. Этот процесс можно назвать первой геополитической тенденцией современного мира.

В изменяющихся условиях современная геополитика претерпевает существенные изменения. Благодаря развитию науки и технологий, потеплению климата и другим факторам, способствующим продвижению людей на крайний Юг и

крайний Север, проявляется вторая тенденция, проявившаяся в постоянном разрастании обитаемой части суши, которую древние греки называли Ойкуменой, и увеличении числа людей, живущих на отвоеванных у моря территориях.

Третьей геополитическим отличием современного мира от мира времен классической геополитики стало резкое увеличение численности населения многих стран и планеты в целом. Если во времена Ф. Ратцеля и Э. Обста численность человечества составляла менее двух миллиардов человек, то сегодня она возросла до более, чем семи миллиардов.

Четвертым важным изменением окружающей среды современного человеческого общества стал процесс глобализации, который помимо всего прочего принес резкое увеличение миграционных потоков и учащение контактов представителей разных рас, этносов и конфессий.

Пятым отличием современного состояния геополитики следует назвать осознание человечеством многих экологических проблем, количество которых уже сегодня насчитывается более ста и неизменно растет. Некоторые из них превратились в настоящие угрозы существованию человека на Земле.

Шестое изменение геополитики: поделенными между независимыми странами оказались не только обитаемые территории, но и все территории, ранее бывшие необитаемыми. Не осталось более свободных территорий. Мир замкнулся, как выражаются современные геополитики.

Но при этом число пространств, за которые идет геополитическое соперничество, намного увеличилось. Кроме пространств геосферы, гидросферы и атмосферы, о которых писал Ратцель, туда вошли:

1. Подводное пространство, активно осваиваемое боевыми подводными кораблями, рыболовными судами со сверхпроизводительными тралами, рыбо-креветко-крабо-мидие- и т.д. разводящим, жемчуговыращивающим оборудованием, нефтебуровыми и газобуровыми платформами и другим оборудованием по добыче самых разнообразных полезных ископаемых, по строительству жилых домов, мостов и другой морской инфраструктуры;

2. Космическое пространство, осваиваемое наиболее развитыми и обладающими большими ресурсами странами и объединениями стран: США, РФ, КНР, Японией, Евросоюзом и др.

3. Виртуальные пространства, к которым относятся пространство Интернета, пространства теле- и радиоэфира, кинопродукции и др. [3, с. 253-256].

Кроме того, борьба за пространства охватила:

- пространство мировых валют. При этом конкуренция между пространствами доллара, евро, юаня, фунта стерлингов, иены, рубля возрастает.

- пространство культуры, в котором разворачивается конкуренция между достижениями кино, театра, балета, оперы, эстрады, цирка и т.д., пространство туризма;

- пространство моды, на котором идет борьба между фирмами диктующими моду, между фирмами производящими модную одежду, обувь, аксессуары и др;

- пространство спорта, на котором разворачиваются настоящие сражения между странами за победу на Олимпиаде, за количество олимпийских медалей, чемпионских званий, премий и наград, как в континентальном, так и в глобальном контексте.

В целом, в современном мире наблюдается расширение всего поля геополитики. К традиционным пространствам Суши и Моря добавились воздушное, подводное, околоземное, межпланетное и дальнее космическое пространства. При этом не только возросло число геопространств, но и сами они как бы расширились за счет заселения последних незаселенных территорий на Земле, строительства подводных лодок и морских платформ нефтедобычи, самолетов и других летательных аппаратов, увеличения плотности населения, развития систем коммуникаций.

Для современной геополитики характерно стремление к распространению контроля на виртуальные пространства. Современная геополитическая борьба развернулась в эфире между средствами массовой информации, вещательными станциями разных государств, рекламными фирмами и т.д. Она ведется и в периодической печати, и в сети Интернет, и в сфере искусства, и в сфере науки и образования.

Акторами современной геополитики, число которых резко возросло, стали не только наиболее мощные государства (державы), но и различные объединения больших, средних и малых государств (экономические, политические, культурно-национальные и др.), цивилизации, транснациональные корпорации, негосударственные международные организации, система ООН.

Особенностью современной геополитики стала ее возрастающая динамика. Неустойчивое геополитическое равновесие нарушают конфликты, войны, распады государств и следующие за ними изменения структуры мира. В действительности геополитическая картина мира находится в постоянном изменении.

Геополитика XXI века столкнулась не только с быстрыми политическими изменениями, но и необходимостью стабилизировать геополитические процессы и предотвращать геополитическую нестабильность.

Геоэкономика является составной частью геополитики как науки и современным состоянием геополитики как процесса. В числе геоэкономических тенденций можно назвать:

- производственно-экономический раздел мира между наиболее влиятельными державами;
- финансово-экономический раздел мира на зоны преимущественного влияния доллара, евро, формирующуюся зону юаня, зоны национальных валют;
- сырьевой и производственный раздел мира между добывающими и потребляющими сырье странами;
- энергетический раздел мира между энергопоставляющими и энергопотребляющими странами;
- раздел мира между державами-производителями и странами-потребителями вооружений и военной техники;

- раздел мира между странами-производителями сельскохозяйственной продукции и странами-потребителями продуктов;

- раздел мира между странами с благоприятным климатом и развитой инфраструктурой туризма, преимущественно принимающими туристов и странами, преимущественно направляющими туристические потоки [4, с. 111-115].

Таким образом, утверждение основных трендов современной геополитики связано, во-первых, с большим плюрализмом мировой политики, во-вторых, с тем, что современная политика реализует себя на поле мировой экономики.

Литература:

1. Ратцель Ф. Политическая география (в изложении Л. Синицкого). Ж-л Землеведение. Санкт-Петербург. 1898. Кн. I-II.- С. 52-108
2. Обст Э. Англия, Европа и мир. Москва, 1931.- 108 с.
3. Исаев Б.А. Геополитика. Учебник для вузов. Стандарт третьего поколения. Санкт-Петербург, 2016.- 496 с.
4. Игнатьева И.Ф. Пространство потоков: экономический и геополитический анализ // Общество. Среда. Развитие.- 2013.- № 1 (26).- С. 111-115.

УДК 1(092), ББК 87.3

О.А. Власова  
Olga Vlasova  
o.a.vlasova@gmail.com

## **Историко-философская коммуникация в информационной культуре\*** **Historical and philosophical communication in the information culture**

*Санкт-Петербургский государственный университет*  
*Saint Petersburg State University*

В докладе анализируются трансформации истории философии в современной информационной культуре и изменения коммуникативной практики историка философии. Подчеркивается, что для философии XX века история философии стала возможностью ценностного и проблемного обогащения, дала онтологический и методологический фундамент. С приходом массовой информационной культуры ситуация изменилась. Методологической и содержательной опорой для интерпретации современности становятся теперь стратегии и философии постмодернизма, и историки философии становятся архивариусами мысли: по-прежнему ведут диалог с философами прошлого и успешно осмыслиют свой собственный опыт диалога, но замыкаются в себе. Прошлое истории философии становится не конструктивным опытом, но теорией, к которой обращаются в исследовании.

Ключевые слова: история философии, коммуникация, информационная культура, прошлое, современность.

The paper analyzes the transformations of the history of philosophy in modern information culture and changes the communicative practice of the historian of philosophy. It is emphasized that the history of philosophy gave for the philosophy of the 20th century an opportunity for value and problem enrichment, it provided an ontological and methodological foundation. In information culture the situation has changed. Now the methodological and substantive foundation for the interpretation of modernity is the strategies and philosophies of postmodernism, and historians of philosophy become archivists of thought: they still engage

---

\* Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда (проект № 17-18-01440 «Антропологическое измерение истории философии»).

in dialogue with the philosophers of the past and successfully comprehend their own experience of dialogue, but become self-contained. The past of the history of philosophy becomes not a constructive experience, but a theory, to which we address in the study.

Keywords: history of philosophy, communication, information culture, past, modernity.

Трансформации современной культуры, выражающиеся в образовании, науке, искусстве, отчетливо проступают в философии. Модус информационного времени становится для нее движущим фактором преобразования ориентации: она все больше и больше говорит о настоящем, пытается заглянуть в будущее и актуализирует вопрос о статусе в этом смещении прошлого. Особенно проблемным становится статус истории философии – исконной области самой философии.

История философии давно, на заре своего рождения, перестала осознавать себя как историческую работу с артефактами прошлого. Уже век назад она проблематизировала свою коммуникативную природу и до сих пор, несмотря на изменение культурного фона, держится коммуникативный, герменевтический модус самосознания. Сближая себя с другими гуманитарными науками, она заговорила о собственной практике как о коммуникации: коммуникации настоящего и прошлого, коммуникации историков философии с философами прошлого.

В. Дильтей, а затем К. Ясперс и М. Хайдеггер, потом Ж. Делез и М. Фуко «беседовали» с философами прошлого так, будто они были их современниками, одновременно преобразуя мысль прошлого и развивая мысль настоящего. Для философии XX века история философии стала возможностью ценностного и проблемного обогащения. В ситуации кризиса, когда современная философия не видела, да и не могла отыскать в настоящем ни онтологического, ни методологического фундамента для осмысления происходящих событий и возникающих проблем, история философии подарила ей и то, и другое: дала возможность и содержания, и формы. Обращаясь к философам прошлого, внимательно вчитываясь в них, учась у них, философы не уставали использовать старые методологические приемы к объяснению новых реалий и выстраивать из мысли прошлого проблемную основу для осмысления настоящего. Вплоть до 1960-70-х гг. сохранялась преемственность, история философии много давала философии и не отступала с арены актуальной философской мысли.

С приходом массовой информационной культуры ситуация изменилась. Радикальные стратегии постмодерной философии способствовали не столько установлению новой преемственности, сколько утрате связей с прошлым. Методологической и содержательной опорой для интерпретации современности становятся теперь не классические теории, но стратегии и философы постмодернизма в том виде, в каком их обозначили его классики (М. Фуко, Ж. Делез, Ж. Бодрийяр). В новейших теориях С. Жижека и Ж. Агамбена, Б. Латура и П. Бурдьё гораздо больше социологического и антропологического, чем историко-философского. И если в самом «классическом» постструктурализме история философии сохраняя коммуникацию с фигурами прошлого, то теперь на место

диалога приходит монолог настоящего о будущем, эдакая пророческая речь «апокалипсиса» или «нового возрождения».

Выходит, что в современную эпоху история философии утрачивает связь с дискурсом современности. Историки философии становятся архивариусами мысли. Работы продолжают выходить, развивается философская историография. Историки философии ведут диалог с философами прошлого и осмыслиют свой собственный опыт подобного диалога, но замыкаются в себе. В настоящем информационного общества прошлое истории философии становится не конструктивным опытом, но теорией, к которой обращаются в исследовании.

УДК 165.62, ББК 87.32

В.А. Серкова  
Vera Serkova  
henrypooshel@rambler.ru

### **Трудные вопросы философской теории ценностей Difficult questions of philosophical theory of values**

*Санкт-Петербургский университет Петра Великого  
Peter the Great St.Petersburg Polytechnic University*

Анализируется позиция философской аксиологической нейтральности и аргументы в ее защиту, высказанные М.С. Каганом. Применительно ко взглядам представителей русской религиозной философии эта аргументация оказывается формальной и не продуктивной. Философия как цельное знание, в котором аксиология коррелирует этические смыслы, не может не быть наполнена конкретным ценностным содержанием.

Ключевые слова: аксиология; этика; русская религиозная философия; «ценностная нейтральность»

The position of philosophical axiological neutrality and the arguments in its defense expressed by M.S. Kagan. As applied to the views of representatives of Russian religious philosophy, this argument turns out to be formal and unproductive. Philosophy as whole knowledge, in which axiology correlates ethical senses, cannot but be filled with concrete value content.

Keywords: axiology; ethics; Russian religious philosophy; “value neutrality”

В XXI веке русская религиозная философия оказалась поразительно современной не только в контексте возрождения православия, наступившего после многих десятилетий гонения на христианство в России, но и по причине складывающейся тенденции к расширенному толкованию интеллекта как «некоторой реальности, функционирующей как целостное структурно-функциональное образование, статус которого однозначно не определен. В зависимости от контекста статус интеллекта связывается с психической реальностью, метапсихической реальностью, социальной реальностью, (знаковой), космической реальностью (живым космическим пространством, ноосферой), технической (искусственной реальностью)» [1, с.158]. Эта концепция сознания в определении О.Д. Шипуновой по своей интегративности относится скорее к эпохе последних и новейших достижений

информационных технологий. Однако, ренессанс религиозной проблематики в отечественной философии конца XIX – начала XX столетия (и в философии русских космистов, и в богословии представителей традиционного православия) свидетельствует о коренном и не случайном родстве многих поколений российских интеллектуалов, включая и эпоху техногенных достижений, в понимании проблемы ценностных оснований деятельности человека. Трансцендентная ось открывает такой «горизонт событий», в который вписывается современная онтологическая и этическая проблематика современной философии.

В век цифровых технологий и тотальной коммуникации ее правила и отношения все еще выстраиваются на фундаменте ценностных оснований, укоренных в христианской традиции. Можно ли объективно и рационально описывать эти основания? Аксиология как наука о ценностях, казалось бы, должна отвечать на такого рода вопросы, но не все так просто с самой аксиологией.

Встает вопрос о том, может и быть свободен сам аксиолог, как объективный ученый, от груза ценностей в анализе мировоззренческого содержания какой-нибудь теории? Должен ли в оценке аксиолог стоять на «нейтральной позиции»? И что собой представляет аксиологическая «нейтральность»? Возможна ли она «в принципе»?

Именно такую проблематику задал в своей работе «Философская теория ценностей» видный отечественный философ XX столетия Моисей Самойлович Каган [2]. В разделе «Судьбы теории ценности в истории отечественной философии», посвященном русской аксиологии, ставится провокационный вопрос «Почему русская философия не знала теории ценности» (так называется первый параграф второй главы) [2, с. 30]. М.С. Каган полагает, что в русской философии были «частные суждения» о ценностях, но не сложилась аксиологическая теория. Камнем преткновения является религиозная основа русской философии периода, названного «серебряным веком», совпадающего с расцветом всей русской философии и возрождающего ценности православного, византийского по своему истоку, христианского мировоззрения. Основой его являются евангельское учение, которое выступает шкалой и мерой ценности всякого суждения и всякого теоретического положения.

М.С. Кагана полагает, что аксиологическая теория должна не «оценивать» философские системы, а только «фиксировать» их ценностные основания и программы. В этом, по-видимому, с его точки зрения, состоит смысл «объективности» аксиологии как философской дисциплины. Именно поэтому аксиология должна быть религиозно нейтральной теорией. Разумеется, и свободная от религиозного содержания философская концепция или система, не является на этом только основанием аксиологической, если только в ней специально не ставится ценностная проблематика. В России, утверждает М.С. Каган, аксиология не сформировалась даже тогда, когда в ней, в согласии с «общим духом эпохи Просвещения» утверждается просветительская программа, или как пишет М.С. Каган, «абсолютно-истинная концепция», утверждающая ценность и авторитет Науки. То

есть религиозные ориентиры препятствуют философии стать аксиологическим учением [2, с.45].

Здесь мы сталкиваемся с паралогизмом: согласно мнению М.С. Кагана, русская аксиология не может возникнуть на том основании, что в ней самой слишком выражено ценностное содержания.

Генрих Риккерт, основатель теории ценностей, прошел путь от гносеолога до аксиолога, от классификатора наук до исследователя ценностных суждений как базы мировоззрения, и затем в конце своего философского пути попытался построить собственную онтологию и метафизику. Он полагал, что всякое духовное движение есть *реализация* всеобщих ценностей, и «то, что нельзя отнести к ценностям, не имеет абсолютно никакого смысла» [3, с. 100]. Как видим, Г. Риккерт объявляет бессмыслицей все, что внутри себя не имеет ценностных оснований. Значит, ценности для аксиологии являются не просто предметом изучения (это действительно, отличает аксиологию от всех других разделов философии), но являются общим основанием вообще всякого духовного производства, которое не может не быть ценностно нагруженным.

Однако, М.С. Каган полагает, что представители русской религиозной философии «свои ценности провозглашали истинами и не нуждались поэтому в какой-то особой «теории ценности» [2, с.31]. Получается, что аксиологу отказано в праве обладания определенным ценностным мировоззрением. И чем более определенными являются для него исповедуемые ценности, тем менее у него возможности выразить их в аксиологическом знании.

Действительно, русские религиозные философы вполне определенно выражали ценностные устои своих философских систем. Для Владимира Соловьева, Павла Флоренского и Льва Карсавина это «абсолютное бытие» истины, добра и красоты, у Ивана Ильина это - религиозная вера, у Евгения Трубецкого - «истина-смысл», у Семена Франка ценностями являются добро и любовь, как форма бытия в Боге, у Бориса Вышеславцева это - «святость и святыня». У всех вместе ценности сводятся к Всеединству (категории, разработанной В. Соловьевым, но восходящей к основаниям мировоззрения отцов церкви), - как формы полноты знания и существования в истине.

Итак, главный аргумент М.С. Кагана, обосновывающий несостоятельность русской теории ценностей, заключается в невозможности, с его точки зрения, совмещения религиозных и аксиологических оснований. Ни философ, ни аксиолог не могут быть религиозно ангажированными мыслителями, - именно в этом суть позиции М.С. Кагана. Тем не менее, такое утверждение внутренней ценностной основы не только проявлено в национальной русской духовной культуре, но и чрезвычайно ценностно емко (наполнено аксиологическими значениями), но и соответствует тому смыслу, который вкладывал в аксиологию ее основоположник Г. Риккерт.

Иначе, если и накладывается запрет на выражение корневых базовых ценностей, аксиолог неизбежно должен стать релятивистом. Собственно это – следствие теоретической нейтральности в практической области нравственной философии.

Есть еще один аргумент против понимания сути аксиологического знания как ценностно «нейтрального» знания состоит в том, что максима ценностной нейтральности не позволит и М.С. Кагану выразить свою собственную аксиологическую программу (она состоит в запрете на выражение собственных ценностных ориентиров). Именно эту установку отстаивает М.С. Каган в качестве абсолютной максимы аксиологической теории. Но запрет – это тоже ориентир, хоть и выраженный в негативной форме. По-видимому, вне ценностного суждения вряд ли можно сформировать совокупность каких бы то ни было философских суждений.

Ценностная «нейтральность» ведет к ценностному релятивизму. Однако ценностный релятивизм всегда, а в «эпоху глобальной пропаганды» особенно, является формой опасной социальной практики, предоставляющей многообразные возможности манипулирования сознанием. О возможных способах манипулирования сознанием пишет Н. А. Соколова [4].

Возможно, аргумент М.С. Кагана был бы состоятельным, если бы внутри философской теории аксиология, как часть ее, не должна была соотноситься с этикой, онтологией, гносеологией и эпистемологией. Но философия как род осмысленного связанного знания предполагает такую связь как основу определенной и последовательной системы принципов. Именно об этом свидетельствовал Сократ, который со всем пылом нравственного воодушевления и с истой страстью искателя истины выяснял с софистами, - подлинными выразителями аксиологического релятивизма, - чего стоит знание. Без ценностных оснований и без нравственной подоплеки знание казалось Сократу пустым и заставляло его сомневаться в «благонадежности насчет души со стороны философии» [5, с. 148]. В диалоге «Эвтидем» два брата, исполняющие ремесло софистов, показывают, каково на деле ценностно не укорененное релятивистское знание. Казалось бы, софисты обучают «основательности» суждения, когда умеешь опровергать суждения протагонистов, «будь то ложь, будь то истина» [5, с.174]. Аксиология не может быть отвлеченной частью философского знания, потому что именно она управляет «практической философией», - этикой. Эту координацию исследовал Сократ, заставляя своих собеседников прояснять, что именно они знают и чего стоит их знание: «Тебе, по-видимому, неизвестно, - говорит Никий в диалоге «Лакхес», что раз кто-нибудь в разговоре сошелся с Сократом – все равно, что породнился – и втянулся в беседу, с чего бы ни начался разговор, Сократ непременно будет гонять своего собеседника вопросами до тех пор, пока тот не окажется вынужденным дать ему отчет, каким образом живет он в настоящее время, да как прожил раньше; и тогда уж Сократ отпустит его – не прежде, чем рассмотревши все это подробно» [6, с.206].

Сократу важно связать политику и гносеологию, этику и онтологию в целостном и непротиворечивом понимании. Он будет сомневаться до тех пор, пока понятия «справедливости», «блага», «истины» не соединятся в целостном представлении.

Только в таком случае есть смысл определять это знание как философию. В логосе содержится витальная сила тогда, когда слово - не пустая форма случайного соединения понятий, объявленных на сегодня «программой симпозиума», но тогда, когда очевидным становится сам «логоцентризм» нашего существования. Ясно, почему среди отвлеченной, на первый взгляд, философской беседы, нет-нет, да и мелькнет тень обвинителей Сократа, - Анита и Мелита. Понятия, которые обсуждались Сократом и его протагонистами на дружеских пирушках, с течением времени обнаружили свой первоначальный смысл «категории». Этимология этого слова восходит к значению «обвинения», произнесенного в суде. По совокупности ценностных смыслов Сократ в конце своей жизни становится «обвиняемым». В связке с «экзистенцией» осуществляется аксиологическое значение его поучений: слово управляет жизнью и смертью. В жизни соединяются слова и поступки. Только этические принципы, как полная ценностная определенность, управляют поступками, только тогда имеет смысл говорить о том, что мы «нажили» свою философию. Только в этом случае она станет целостным и конкретным знанием. В этом суть возражения против принципа аксиологической «нейтральности».

Можно отрицать аксиологичность русской религиозной философии в одном из возможных случаев:

- 1) когда ценностные принципы не являются в ней предметом исследования;
- 2) когда они никак не коррелируют философскую программу.

Ни первое, ни второе не относятся ни к одной из концепций русских религиозных философов. Ценностные суждения составляют концептуальный стержень философии ее блестящих представителей, таких как Л. Карсавин, П. Флоренский, Г. Шпет, И. Ильин, В. Розанов, С. Франк, К. Леонтьев, С. Булгаков, А. Лосев.

Ценности вообще определяют смысл философствования русских мыслителей, и особенно это касается представителей серебряного века. Без ценностной подоплеки нет знания-мировоззрения, т.е. философии. Эту тенденцию в русской философии совершенно определенно выразили В. Розанов, П. Флоренский, И. Ильин.

В связи с этим возникает более общий, но не менее важный вопрос, - может ли вообще философия быть не аксиологической в своей основе? Может ли требование «нейтральности» не упразднить смысла философии вообще? И нужно ли от теории требовать религиозной нейтральности?

В русской религиозной философии XX века в силу особых исторических обстоятельств, в которых оказались отечественные философы, осуществился грандиозный синтез, - объединение внутри философского знания этики и аксиологии, с одной стороны, и гносеологии и онтологии, - с другой. В обстоятельствах гонений, вынужденной эмиграции, террора и отрыва от родины, невозможным стало, чтобы этика, став «аксиологически нейтральной», продолжала свое существование в качестве отвлеченного абстрактного знания. В XX веке, когда из философии отпочковываются все новые и новые предметные области, как то, - аксиология, эпистемология, этика, эстетика, политология, конфликтология и др. есть опасность

превращения этих частей философского знания, да и всей философии в целом, в инструментальную логико-методологическую деятельность, как это произошло в аналитической философии, в которой Л. Витгенштейн и К. Поппер жарко обсуждают вопросы об «осмысленности моральных суждений» [8, с. 274]. Утрачивая мировоззренческое содержание, философия все больше превращалась бы в «чистую логику», в узконаправленную аналитику, если бы не величайшая потребность XX, а теперь и XXI века в возвращении философии всей необходимой полноты знания. Именно в этом состояла, на наш взгляд, миссия русской религиозной философии, которая, была выполнена.

Литература

1. Шипунова О.Д. Философия коммуникации. Теоретико-методологические аспекты. СПб.: Изд-во Политехнического у-та, 2017.
2. Каган М.С. Философская теория ценностей. СПб.: ТОО ТК «Петрополис», 1997
3. Риккерт Г. Философия истории. М., 1908.
4. Соколова Н.А. Языковые средства манипулирования сознанием в политике // Коммуникативные стратегии информационного общества: Труды IX Междунар. Науч.-теор. конф.. СПб., 2017.
5. Творения Платона (В 2 т.). Т.2. М.: Издание К.Т. Солдатенкова, 1899
6. Платон. Соч. В 3-х т. Т.1. М.: Мысль, 1970
7. Эдмондс Д., Айдиноу Д. Кочерга Витгенштейна. М.: Новое литературное обозрение, 2004.
8. Творения Платона (В 2 т.). Т.1. М. Издание К.Т. Солдатенкова, 1898

УДК 167/168; 165.5 (141.78 +140.8)  
ББК 6/8: 87.6

А.П. Фомин  
Andrey Fomin  
fortuna2005@yandex.ru

### **Абстракция как атрибут современности Abstraction as attribute of modernity**

*РГПУ им. А.И. Герцена  
Herzen University*

Концепция информационного общества, в которой информации придается статус сущности этого общества, является свидетельством современного кризиса рационализма как философской парадигмы. Дialeктика категорий абстрактного и конкретного позволяет понять, что сущностью информационного общества как социальной реальности является не информация, а абстракция как отрыв всех сфер общества и всех социальных институтов от смыслов и действительного содержания. Но важно понимать, что само информационное общество таким путем превращается в бедную абстракцию и существует ровно до тех пор, пока мы молимся на информацию, считая ее нашей сущностью и единственной гарантией прогресса.

Ключевые слова: информационное общество, информация, рационализм, наука, конкретное, абстрактное, абстракция.

The conception of the information society, in which information is given the status of this society essence, testifies the modern crisis of rationalism as a philosophical paradigm. The dialectics of such categories as the abstract and the concrete allows us to understand that the essence of the information society as a social reality is not information but abstraction as a separation of all spheres of society and all social institutions from senses and actual content. But it is important to realize that thus the information society

itself becomes a poor abstraction and exists exactly as long as we see our own essence and the only guarantee of the progress in information.

Keywords: information society, information, rationalism, science, concrete, abstract, abstraction.

За сегодняшним мировым кризисом ценностей и смыслов, доходящим до прямых конфликтов, очевидно стоит кризис рационализма как философской парадигмы. Так, один из европейских интеллектуалов утверждает и аргументированно доказывает в объемной книге, что западная мысль на протяжении всей своей истории занимается политической *«идеологией...То есть как раз тем “заинтересованным”* искажением смыслов, тем злоупотреблением пластичностью естественного языка, противостоять которому... призвана философия» [1, стр. 285].

В отечественной философии этот кризис рационализма был констатирован академиком В.С. Степиным в 80-е годы в его классификации «типов научной рациональности». Согласно этой концепции, на смену классической научной рациональности пришла неклассическая, которая в наше время сменяется постнеклассической. *Постнеклассическая наука* отличается 1) изменением характера научной действительности, связанным с компьютеризацией; 2) распространением междисциплинарных исследований; 3) повышением значения политических и социально-экономических факторов развития науки; 4) трактовкой объекта науки как сложной саморазвивающейся системы, способной к самоорганизации; 5) включением ценностных факторов в науку; 6) использованием методик гуманитарных исследований в естественной науке. По существу, речь шла о тенденции гуманизации, поворота науки к человеку, ибо главный смысл и главная ценность, по общему признанию, все же человек.

С тех пор прошло более тридцати лет. Компьютеризация стремительно ширится, междисциплинарные исследования декларируются как приоритетные и где только не проводятся, политические и социально-экономические факторы в науке отслеживаются и учитываются, синергетика стала едва ли не самой модной концепцией, о ценностях говорят на каждом шагу, а гуманитарные методики стали уже гуманитарными технологиями. «Постнеклассическая наука» действительно обеспечила рост естественнонаучного знания, но никак не знания гуманитарного. Создается впечатление, что этот рост касается чего угодно, только не человека и современного человеческого общества. То есть как раз того самого поворота к человеку, гуманизации науки и не произошло. Ведь ясно же, что глубочайшие исследования генетиков, хирургов-трансплантологов или специалистов, исследующих физиологию мозга, ничего существенного в понимание человека не внесли. Далека от понимания человека и концепция информационного общества.

Не надо глубоких исследований, чтобы понять истинный смысл классификации В.С. Степина. «Классический тип научной рациональности» – это ни что иное, как сциентизм, закономерно вытекающий из европейского неопозитивизма XX века и позитивизма О. Конта, который, в свою очередь, корнями своими уходит в механистический материализм эпохи Просвещения. То есть та самая идеология.

Отечественный сциентизм пытается преодолеть В.С. Швырев. Опираясь на психологическую теорию деятельности А.Н. Леонтьева, автор трактует научную деятельность как один из видов деятельности, свойственный ученым. Отличается этот вид деятельности от других тем, что, во-первых, предметом этой деятельности является знание и его добывание; а во-вторых, рефлексией науки по поводу собственных оснований, то есть наличием методологии. «До выхода на подобную позицию мы, по существу, можем говорить лишь о *действиях* со знанием и внутри знания, но не о порождающей знание деятельности» [2, стр. 221]. Такой уход в психологию из поля философской проблематики не позволяет автору выйти на действительный диалектический анализ понятия, знания как системы научных понятий и научного познания как особого процесса продвижения к истине, которые остаются им не определены. Подробнейший анализ эмпирической и теоретической формы научной деятельности у него по-прежнему остается анализом психологическим, а не философским и не доходит в этой рефлексии до тех самых оснований, о которых он пишет, как об атрибуте научной деятельности.

Представляется, что разобраться в этой неопределенности помогут категории *абстрактного и конкретного*, с помощью которых мы и попытаемся ответить на вопрос почему информационное общество не способствует решению проблемы смыслов и ценностей, а, напротив, только усугубляет ее.

В русскоязычном Интернете, родной для информационного общества среде, подавляюще господствует формально-логическая, то есть позитивистская трактовка абстрактного и конкретного, в то время, как гегелевская, то есть диалектическая трактовка этих категорий в энциклопедиях и словарях в лучшем случае встречается на втором или третьем месте, а в большинстве источников вообще не упоминается. В этой традиции абстрактное как «одностороннее, простое, не развитое; сторона, часть целого; противостоит конкретному» определяется как результат операции абстрагирования как процесса формирования понятия, «мысленного отвлечения» от конкретного, то есть наглядного, эмпирии. Абстрактное – это чисто мысленное по отношению к непосредственно переживаемому, конкретному.

Но и в профессиональных источниках такая же картина. Например, в «Философском энциклопедическом словаре» (1984) мы не найдем отдельных статей «абстрактное» и «конкретное», есть только статья В.С. Швырева «Восхождение от абстрактного к конкретному». В ней автор выделяет то, что отличает позицию Маркса от Гегеля, и совсем не замечает то, что их объединяет. А объединяет их диалектика, и это – главное. В результате абстрактным в научном познании в естественных науках у него является «исходная теоретическая конструкция» из неких аксиом, таких, как система материальных точек в механике, молекулярно-кинетическая модель идеального газа и т.д. От этого абстрактного наука восходит к системе научных понятий и к теориям как конкретному, после чего происходит обращение к «реальной конкретности», которая является стимулом всего этого процесса восхождения от абстрактного к конкретному.

Вопреки официальной борьбе с позитивизмом именно эта концепция победила и нашла в отечественной философии поддержку. Причину убедительно раскрывает С.Н. Мареев: «Надо отметить, что это было вообще время, когда идея подведения под марксизм «естественнонаучной основы» господствовала в философском сознании. И это вполне объяснимо, – в особенности в свете опубликованных заметок В.И. Вернадского, – основная масса естествоиспытателей, которые марксизма не знали и знать просто не могли, тяготели к так называемому естественнонаучному материализму и, столкнувшись с необходимостью как-то считаться с официальным «диаматом», интерпретировали его положения в терминах и представлениях, свойственных естествознанию: рефлексологии, дарвинизму и т.д. «Диамат» превратился в естественнонаучный материализм, помазанный сверху марксистским миррой, то есть приправой из марксистских фраз о партийности, классовости, непримиримости идеализма и материализма и т.д.» [3, стр.9].

Такое разведение абстрактного и конкретного по разные стороны бытия, какое мы встречаем сегодня повсеместно в философской литературе, приводит к выводам, которые в условиях информационного общества, потерявшего методологические и мировоззренческие ориентиры, могут быть весьма опасными. Движение мысли здесь возможно по двум путям. Либо эмпирический мир вещей называют абстрактным и от него, дескать, мы переходим к понятиям как конкретному, то есть к сущности, к пониманию. Тем самым приносят эмпирический мир как «бедную абстракцию» в жертву неким идеологемам, мыслительным конструкциям, принципам, которые, якобы, богаче содержанием. И рождается философия, бесконечно комбинирующая «сущности», философия «неклассического» конструктивизма. Либо, наоборот, наше мышление именуют абстрактным, а эмпирический мир вещей конкретным и богатым содержанием. В этом случае, напротив, богатое духовное содержание культуры приносится в жертву обыденности, повседневности, конъюнктурной выгоде. И тогда рождается философия обыденности и субъективизма, для которой вершиной является проблема успеха и личного счастья. Очевидно, что это как раз и есть намеренное идеологическое искажение смыслов.

Нам представляется, что точкой бифуркации, с которой берет начало кризис рационализма в отечественной философии, и поворот нашей философии в сторону позитивизма начался с непонимания концепции мышления Э.В. Ильенкова. Заявляя, что предметом философии должно быть мышление, философ не только не уходил от действительности в область «чистой мысли», в чем его пытались обвинить, а наоборот к этой самой действительности и приближался. Через правильно, не механистически понимаемое мышление именно действительность и становилось предметом философского анализа. Оппоненты же его, напротив, бряцая цитатами из Гегеля и Маркса, от действительности отдалялись в тот самый позитивизм, изгоняя настоящую диалектику из философского анализа.

Это касается и его неофициального оппонента, «друга-врага» А.А. Зиновьева, который, занимаясь ровно той же проблемой, по выражению С.Н. Мареева, «с проблемой не справился». «Во всяком случае мне его трактовка метода восхождения

у Маркса показалась слишком формалистической и абстрактной, лишенной того главного, на мой взгляд, что характерно для этого метода, именно содержательности, то есть имманентности содержанию, и конкретного историзма» [3, стр.64]. На позициях позитивизма в решении этой проблемы остался А.А. Зиновьев и позже в своей «комплексной логике» и концепции неоднозначных логик: нет никакой особой диалектической логики, а есть только логика формальная, которая исчерпывает всю проблематику логики диалектической, а диалектическая логика – это только политическая идеология и философская схоластика.

Если относительно многих философских текстов того времени А.А. Зиновьев был абсолютно прав, то относительно текстов Э.В. Ильенкова абсолютно не прав. Действительность, сущее не исчезало у Э.В. Ильенкова в «мареве» идеального и «чистой мысли», а становилось истинным предметом философского анализа потому, что мышление у него – это не психическая функция отдельного индивида, не индивидуально присущая способность отдельного человека. И формы мышления – это не понятие, суждение и умозаключение, которые отлично изучаются формальной логикой, начиная с Аристотеля, но абсолютно не объясняют мышления как феномена культуры. Ведь не будем же мы впадать в «грех» «гносеологической робинзонады» и считать мышление продуктом «деятельности мозга». Мышление он трактует как атрибут социума. А формы мышления, в таком случае, первоначально – это формы *деятельности человека* как социального существа, то есть общества, социума, формы практики. Анализируя мышление под таким ракурсом, мы анализируем реальный социум в структурах и динамике его деятельности, причем как материальной, так и духовной.

В этой логике понятны сущность и специфика науки и научного познания как это было раскрыто В.Г. Ивановым и М.Л. Лезгиной в их концепции науки как процесса научного поиска, в ее эволюции как «science in flux», объективного процесса «восхождения сущего в идею» [4]. Коллективный Разум в лице науки по своим сложным путям, порой запутанным и не прямым, постепенно продвигается к абсолютной истине.

Особая задача логики в таком случае – выяснить, каким образом происходит чудо рождения понятия не просто как абстракции, отвлечения от зримовещественного, то есть некоего знака, значка, звука (слова), обозначающего нечто другое. Это, вообще-то, не чудо. На каждом шагу мы можем обнаружить, как нечто обозначает другое, как за одной вещью стоит другая. Дождь «обозначает» облако, но мы же не говорим, что дождь – абстракция облака или облако – абстракция дождя. Особая задача состоит в том, чтобы объяснить, как в индивидуальном сознании *рождается понятие как понимание сущности* предмета, явления. То есть как понятие становится не просто знаком, а *символом*, наполненным *смыслом как своим объективным содержанием*. Символом в том шелленгианском понимании **синтеза** аллегории и схематизма, где ни общее (абстрактное) не обозначает особенного (конкретного), ни особенное (конкретное) не обозначает общего (абстрактного), но где и то и другое абсолютно едины. Само бытие возможности «не аллегорично и не

схематично, оно есть абсолютная неразличимость того и другого – символическое» [5, стр. 109, 111]. Символ есть целое, которое непереводаемо с помощью других знаковых систем, поэтому исследователи видели специфику символа в *единстве абстрактного и конкретного*, в «совпадении явления и идеи». Другими словами, «... как выработать такую абстракцию, которая выражала бы объективное существо фактов, данных в созерцании и представлении. Как образуется на основе переработки массы эмпирически очевидных фактов такое обобщение, которое выражает действительную природу рассматриваемого предмета, – вот та реальная проблема, решение, которой совпадает с решением вопроса о природе понятия в его отличии от абстрактно-общего представления» [6, стр.12].

Г.В.Ф. Гегель рассматривает переход от чувственно-созерцаемой конкретности к понятию как форму движения от явления к сущности, от следствия – к его основанию, а не как движение от конкретного к абстрактному или от абстрактного к конкретному. Это движение от явления к сущности, от следствия к основанию, от наглядности представления к понятию как пониманию сущности, возможно только при условии выхода нашего анализа за пределы индивидуальной психики и за пределы психологии. «Связь понятия – теоретической абстракции, выражающей объективное существо предмета, – с практикой гораздо шире, глубже и сложнее. В понятии предмет схватывается не с точки зрения частной, узко прагматической цели, потребности, а с точки зрения практики человечества *во всем всемирно-историческом ее объеме и развитии*. Только эта точка зрения и совпадает в своей перспективе с рассмотрением предмета с точки зрения самого предмета. Только с этой позиции становятся различимыми объективно существенные определения предмета, – “то, в чем предмет есть то, что он есть”, иными словами, образуется абстракция понятия» [6, стр.14]. Э.В. Ильенков здесь касается проблемы критериев существенного, объективного. «Различать существенное для субъекта (для его желаний, стремлений, целей и т.д.) и существенное для объективного определения природы предмета, совершенно независимой от субъективных устремлений» [6, стр.12] невозможно, опираясь на позитивистскую трактовку сознания вопреки декларации самого позитивизма о собственной независимости и объективности. «Воспроизведение конкретного в мышлении и есть та цель, которая определяет удельный вес и значение каждого отдельного акта обобщения» [6, стр.61], - пишет философ. Иными словами, речь идет о том, чтобы понятия не были пустыми, были конкретными, отражали действительность в ее существенных характеристиках. Не были симулякрами, фантазийными фантомами индивидуального сознания. «Это и значит, что все действительно научные, а не вздорные, непустые абстрактные определения возникают в человеческой голове вовсе не в результате бездумного, совершаемого на авось сведения конкретного к абстрактному, а только в результате систематического продвижения познания в русле общего закономерного процесса развития науки, в ходе конкретизации, имеющегося знания, через его критическое преобразование» [6, стр.62].

Сами же категории абстрактного и конкретного – это характеристики как чувственного восприятия, так и понятийного мышления. Абстрактное у Э.В. Ильенкова – это не только форма мысли, а конкретное – не только чувственно-наглядный образ. «В виде наглядного образа может быть усвоено знание бедное, тощее, однобокое. Логика в этом случае должна будет квалифицировать его как “абстрактное” знание, несмотря на всю его наглядность. И наоборот, в словесно-отвлеченной форме, на языке формул, прекрасно может быть выражено знание богатое, развитое, глубокое и всестороннее, – то есть конкретное» [6, стр.5].

Через категории абстрактного и конкретного, через их диалектику нам становится понятна сущность общества, которое сегодня называют информационным. *Сущностью информационного общества является абстракция как отвлечение от богатства содержания, абстракция как новая форма отчуждения от человека его сущности, абстракция как современная форма деградации культуры как континуума смыслов [7].*

Информационное общество превращает в абстракцию все, к чему прикасается. В абстракцию в информационном обществе превращается *идеология*. Одно дело – назвать идеологию «ложным сознанием» и считать ее современной формой политической мифологии. «Ложное сознание» и политические мифы все же имеют свою природу и свои корни, которые при анализе можно обнаружить и вскрыть в самом обществе. Но совсем другое дело – под заказ конструировать идеологемы и целые идеологические концепции, с помощью которых поднимать целые народы на массовые движения. Абстрагируется в информационном обществе *общественная психология*. Из некоего исторически-органического системно-культурного образования со своей структурой и содержанием общественная психология в информационном обществе превращается в массовое сознание. Но абстрагируется также и само *массовое* сознание, поскольку сама обыденность и повседневность формируются не объективной реальностью, и даже не субъективной реальностью (иллюзия многих молодых людей, помешанных на индивидуальной свободе), а реальностью виртуальной, которая форматируется через «информационное поле» все теми же приверженцами информационного общества. Тип обывателя с виртуальным сознанием становится все более распространенным и воспроизводится в массовом порядке. Современное *искусство* абстрактно не только относительно художественного реализма, но даже и относительно художественного абстракционизма и авангардизма XX века. Никакой полеткульт даже в самых своих смелых экспериментах не доходили до сегодняшних перформансов и инсталляций. Абстрагируется *общественное сознание в целом*, теряя свою целостность и системность.

В абстракцию в информационном обществе превращается не только объективно идеальное, но и сама *социальная реальность* с ее объективными общественными отношениями. Она виртуализируется. Суть этого процесса – замена объективных общественных отношений сконструированными, виртуальными. Виртуальная реальность – это вовсе не компьютерная, существующая в сетях или в цифровых

«облаках». Термин пришел из физики, затем перекочевал в психологию и означает нечто одновременно и существующее, и не существующее; а точнее – существующее только в определенной ситуации взаимодействия, а в другой ситуации вдруг исчезающее. И эта виртуальная реальность становится характеристикой нашего сознания. Все это назвали сегодня «постоянно меняющееся общество» и отказались от самой возможности его знать и им, этим обществом, управлять. В абстракцию превращается *народ*, становясь населением, массой потребителей товаров, услуг, развлечений и удовольствий. К. Маркс писал об «абстрактном труде» как о научной абстракции, отражающей сущность капитализма. Но сегодня уже сам *труд* абстрагируется настолько, что перестает быть основанием культуры. *Деньги* в информационном обществе, как всем известно, уже давно перестали быть эквивалентом труда и превратились в абстракцию деривативов, объем которых превышает объем мирового ВВП минимум в десять раз. Абстрактна вся *медиа сфера*, которая становится социальным полем нашего сегодняшнего существования, ибо СМИ не только теряют связь с действительностью, но и намеренно ее, эту связь, рвут, не считая эту связь чем-то существенным для самих себя. Появилось даже выражение «фэйковые СМИ».

Перечень признаков духовного кризиса и глобальной гуманитарной катастрофы далеко не исчерпан. Однако, как всегда во времена кризиса трагедия оптимистическая. И оптимизм заключается в следующем. Коль скоро концепция информационного общества не работает на человека, она сама есть абстракция, то есть нечто, плохо, не адекватно отражающее действительное положение дел. Следовательно, и информационное общество как виртуальная реальность существует ровно до тех пор, пока мы будем молиться на информацию, считая ее новым богом и сущностью современного общества и связывая с ней и только с ней свои стратегии коммуникации и развития. До тех пор, пока мы не поймем, что информация – это только атрибут материи, а не субстрат, у нас не будет ни полноценной коммуникации, ни развития. Скорее – напротив: эта тесная связь с информацией, навязываемая нам в качестве сущностной характеристики современности, будет уводить нас от богатства конкретного содержания и понятий культуры в мир абстракций, пустых форм, симулякров.

В частности, на наш взгляд анализ информационного общества как эмпирической данности через категории конкретного и абстрактного, а не через категорию информации, был бы более продуктивным для появления нового знания об обществе, в котором мы живем. Может быть появилось бы другое название, отражающее сущность современности лучше. Например – абстрактное общество, общество симулякров, мифологическое общество, виртуальное общество или что-то вроде этого.

Литература:

1. Ицхокин А.А. Реставрируя смысл. Чего не досказал Заратустра. М.: изд. «Огни», 2003. -540с.
2. Швырев Научное познание как деятельность. М.: Политиздат, 1984.
3. Мареев С.Н. Встреча с философом Э. Ильенковым. Изд. 2-е доп. Москва: Эребус, 1997, 192с.

4. Иванов В.Г., Лезгина М.Л. Концепция перманентного становления науки как философская проблема // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Гуманитарные и общественные науки. СПб., 2014, №3 (203).
5. Шеллинг Ф.В.Й. Философия искусства. М., 1966.
6. Ильенков Э.В. Диалектика абстрактного и конкретного в «Капитале» К. Маркса. URL: [https://royallib.com/read/ilenkov\\_evald/dialektika\\_abstraktnogo\\_i\\_konkretnogo\\_v\\_ampquotkapital\\_eampquot\\_k\\_marksa.html#0](https://royallib.com/read/ilenkov_evald/dialektika_abstraktnogo_i_konkretnogo_v_ampquotkapital_eampquot_k_marksa.html#0)
7. Фомин А.П. Культура как континуум смыслов // Вестник Тамбовского государственного университета. Гуманитарные науки. №5(61). 2008.

УДК 321.01, ББК 66.04

А.Н. Линде  
Andrey Linde  
anlinde@mail.ru

**Анализ кейсов технократического государственного управления и  
делиберативно-демократического самоуправления в интернет-сфере  
Analysis of the cases of technocratic governance and deliberative-democratic self-rule  
in the internet-sphere**

*Московский государственный университет международных отношений  
MGIMO University*

В данном исследовании, в сопоставлении анализируются два противоположных подхода к построению интернет-сферы. Первый подход утверждается в кибернетико-системной методологии, основан на технократическом управлении обществом и предполагает тотальное управление интернет-сферой в интересах государственной системы, подавление отдельной личности через "программирование" её сознания. Второй подход исходит из феноменологии и служит основой для эгалитарной модели демократии, предполагающей всеобщее обсуждение и значимость смыслов, сообщаемых каждой личностью в интернет-сфере. Показываются преимущества второго подхода.

Ключевые слова: кибернетико-системный подход, феноменологический подход, технократия, делиберативная демократия, публичная сфера

In this study, in comparison are analyzed two approaches to the formation of the internet-sphere. The first approach strengthen itself in cybernetic-system methodology, is based on the technocratic governance of the society and designs the total governance of the internet-sphere in the interests of the governmental system, the suppression of the individual personality by "programming" it's consciousness. The second approach emerges from phenomenology and substantiates an egalitarian model of democracy, which designs an universal discussion and importance of the meanings, sent by each person in the internet-sphere. Are revealed the advantages of the first approach.

Keywords: cybernetic-system approach, phenomenological approach, technocracy, deliberative democracy, public sphere

Среди ключевых научных методологий в современных социальных науках можно выделить и, во многом, противопоставить основанный на точных науках "холистский", кибернетико-системный подход и основанный на философии, "понимающий", индивидуалистический феноменологический подход. В ряде предыдущих публикаций был проведён подробный сравнительный анализ этих подходов: по их основным положениям и противоречиям между ними [Линде 2015]. Также были представлены некоторые преимущества феноменологического подхода:

как с духовной, нормативно-ценностной, так и с научно-исследовательской точек зрения.

Также на основе сравнительного анализа применения этих подходов к сфере государственного управления, делался следующий вывод. Системно-функциональный подход, за счёт провозглашения принципов целостности системы, эмерджентности - развития в системе новых свойств, несводимых к отдельным свойствам её элементов - значительно принижает отдельную личность, и поэтому приводит к центристскому, субъект-объектному технократическому правлению.

В феноменологической социологии, напротив, интерпретировался личностный смысл в индивидуальном сознании человека и интерсубъективные смыслы, близкие отдельным социальным группам. Поэтому, этот подход ближе к прояснению представлений самих граждан и разных групп гражданского общества, а также к эгалитарным моделям демократии, расширительно понимающим роль гражданского общества (в том числе модели делиберативной демократии).

Поэтому, **цель** данного исследования – в сравнительном анализе сопоставить кибернетический подход, являющийся основой технократии, к кибернетико-системному регулированию интернет-сферы, воспроизводящему систему технократии, и феноменологический подход, обосновывающий делиберативную демократию, к утверждению свободных, равноправных и рациональных демократических "делиберативных" обсуждений, служащих становлению личности.

Поэтому, **первой задачей** является, руководствуясь **кибернетико-системным подходом**, проанализировать ряд кейсов. Сначала, утверждения в Китае государственного кибернетико-системного управления, при помощи big data - системы "социального кредита" [Ковачич 2017]. В этой системе предполагается внешнее управление всеми социальными сферами деятельности людей. Этот кейс анализируется также при помощи концепции общества (прежде всего, кибернетического) контроля Ж. Делёза. Также другой кейс - программирование восприятия действительности через сервис "Активный гражданин", который формально по своему замыслу служит артикуляции общественного мнения, а в реальности подменяет собственные взгляд и интересы людей, при помощи разных технологий манипуляции.

Последующей, **второй задачей** является, оформляя исследование при помощи **феноменолого-социологического подхода**, показать, как в интернет-сфере проясняются в диалоге собственные смыслы людей как индивидуальных личностей и затем артикулируются на политическом уровне. Это, в целом, служит раскрытию "я" личностей, их самости. Это проясняется нами и подробно анализируется в различных кейсах - экспериментах по онлайн-делиберации [Online deliberation 2009].

Таким образом, на основе проведённого анализа делаются следующие **выводы**:

1. Кибернетико-системный подход к государственному управлению, при закреплении в интернет-сфере, приводит только к программированию сознания при помощи интернет-технологий, выхолащивания самой человеческой личности, постепенному образованию общества контроля.

2. Напротив, исходящая из феноменологии реализация собственных глубинных смыслов личности в интернет-обсуждениях может позволить раскрыться личностям граждан и артикулировать их собственные смыслы на политическом уровне.

3. Таким образом, реализация принципов феноменологии в интернет-обсуждениях, при их поддержании и воспроизведении, может помочь реализации делиберативной демократии: сначала на "низовом" уровне, и затем на общегосударственном.

Литература:

1. Ковачич Л. Большой брат 2.0. Как Китай строит цифровую диктатуру. [Электронный ресурс] // Московский центр Карнеги: [сайт]. [2017]. URL: <http://carnegie.ru/commentary/71546>
2. Лунде А.Н. Значение феноменологического подхода к коммуникации (в сравнении с системно-функциональной теорией) // Коммуникация как дисциплина и область знания в современном мире: диалог подходов. М.: Издательский дом ВШЭ, 2015, с. 88-97.
3. Online deliberation. Design, research and practice. Edited by Todd Davie and Seeta Peña Gangadharan. Stanford: CSLI Publications. 2009, 374 p.

УДК 101.1 (32:004), ББК 87.6-5

С.Д. Полянский, И.Г. Шестакова  
Semyon Polanski, Irina Shestakova  
boamundusrex@gmail.com,  
Irina\_Shestakova@inbox.ru

## **Культурное разнообразие в призме трансформации политической конъюнктуры: от Классики до Цифровой цивилизации** **Cultural diversity and political conjuncture change: from Classic to Digital civilization**

*Санкт-Петербургский Горный университет*  
*Saint Petersburg Mining University*

Изменение культурного разнообразия на протяжении всей истории тесно связано с предпринимаемыми политическими акторами действиями прямым или косвенным образом. Наблюдая за наличествующими историческими примерами от Античности до нашего времени, демонстрирующими такую связь, можно выявить примерные закономерности общего характера, применимые и в современных условиях для оценки будущего влияния текущего политического строя на культурное разнообразие в масштабах отдельно взятого государства, региона, суперрегиона и так далее.

Новая реальность сверхбыстрого развития инфокоммуникационных технологий, приводя к апогею процессу всесмешения, в то же самое время, предлагает множество инструментов и возможностей для сохранения культурного разнообразия всей гаммы культур и традиций.

Ключевые слова: культурное разнообразие, политика, исторические перспективы, социальная философия, технологии инфокоммуникаций.

The change of cultural diversity throughout the entire history is strongly connected with political actors' actions, both directly and indirectly. By observing existing historical examples showing such connection from the Classical period to the modern times, it is possible to discover approximate general regularities to estimate the oncoming influence of the existing political entity on the cultural diversity on the scale of single country, region, etc.

New reality of ultra-fast development of infocommunication technologies, leading to total globalization, at the same time offers many tools and opportunities to preserve the cultural diversity of the whole complex of cultures and traditions.

Keywords: cultural diversity, politics, historical perspectives, social philosophy, infocommunication technologies.

**Введение.** Культурное разнообразие на протяжении истории значительно связано с господствующим политическим режимом. Режимы более правой направленности, консервативные и реакционные, обычно его сохраняют и поддерживают, в то время как более левые и либеральные уменьшают ввиду своих убеждений в необходимости уничтожения части предотвращающих естественное слияние культур механизмов для поддержания равенства. Поэтому изменения политической конъюнктуры в ходе XIX-XX веков нанесли такой урон культурному разнообразию, пусть и не без помощи научно-технического прогресса, сделавшего сообщение по всему земному шару чрезвычайно простым. Следовательно, эта связь ввиду склонности политических акторов принимать действия для достижения желаемого состояния позволяет использовать информацию о политической конъюнктуре для построения примерных прогнозов изменения культурного разнообразия в государствах или регионах.

Культурная консолидация неизбежна при создании сколько-нибудь централизованных мультикультуральных государств, поскольку население не склонно доверять культурно и религиозно чуждым им административным функционерам, поэтому курс на сведение множества наличествующих культур возможно ближе к некоторому стандарту, основанному на культуре управляющей элиты, естественен и необходим для крупных мультикультурных централизованных государств.

**Ретроспективный взгляд в Античность.** В ретроспективе можно привести в пример влияния политической конъюнктуры на культурное разнообразие действия римских популяров, которые поддерживали распространение римского права на италийских союзников. Хотя политическая принадлежность автора реформы Марка Ливия Друза несколько неопределена, исходя из предыдущих его проектов - аграрной реформы, затронувшей обширные публичные земли в Кампании, где их было больше всего, и хлебной реформы, приблизившей городскую бедноту к получению бесплатного хлебного довольства, ставшего затем обычной практикой, можно судить о том, что если он и не был популяром, то действовал так, стремясь выполнить обещания популяров и тем самым лишить их возможности склонить на свою сторону плебс [1]. Марк Друз был убит, и италики восстали, требуя наделения их правами римских граждан, что и было им впоследствии даровано. Закономерно, после уравнивания в правах естественное взаимодействие людей между собой и естественное их друг на друга влияние совершенно стерли границы между римлянами и италиками. Разумеется, италики и до этого испытывали римское культурное влияние, однако социальное неравенство не давало им смешаться с римлянами совершенно. Вообще политика романизации, сознательно проводившаяся римлянами, дала обильные плоды, распространив римскую культуру почти по всей ойкумене, так что иные пограничные варвары позднеимперского периода куда меньше отличались от имперского населения обычаями и привычками, чем ранее, и остроготы, захватившие Италию и ряд других провинций, правили с большой видимостью сохранения

римского строя, номинально считаясь наместниками императора в покорных им областях и почти не нарушая установленных римлянами законов и обычаев [2].

Изданный императором Каракаллой т.н. Антонинов указ, предоставивший гражданство всем жителям империи, таких последствий, однако, не имел и даже нанес некоторый ущерб политике романизации, подорвав значение римского права как стимула принимать иноземные обычаи.

**Проблемы культурного разнообразия в истории.** До императора Максимилиана речи о централизованном государстве не могло идти ввиду ряда факторов, включая прискорбную недоразвитость бюрократического аппарата большей части Европы и культурные реалии, связанные с доминирующими способами ведения войны и управления государством, и изменения культурного разнообразия проводились либо попутно с достижением некоторой политической цели, как, например, во время крестовых походов на лангедокских катаров, либо самопроизвольно. Так, норманны под предводительством Роллона Пешехода, получившие по Сен-Клер-сюр-Эптскому договору Нормандию от Карла Простоватого, смешались культурно с местным населением, образовав в итоге народность, представлявшую собой нечто среднее между французской и норманнской культурами. Культурная консолидация вообще представляла собой процесс назначения ленов представителям желаемой культуры. Так случилось в Британии после ее завоевания: герцог Вильгельм раздал своим последователям-норманнам владения саксонских нобилей, и постепенно англосаксонская британская культура испытала значительное влияние норманнской, образовав английскую культуру. В Новое же время появляются национальные государства (хотя концепты нации и национализма еще отсутствуют). Они процветают и расширяются благодаря своей большей стабильности. Невозможно говорить об этих национальных государствах как о национальных государствах в строгом смысле слова, потому что культурное и политическое объединение касается в значительной степени только элиты, однако в этот период решающую роль в управлении обществом и определении вектора его культурного развития играет именно элита. Этот процесс создания государств как четко оформленных политических сущностей, а не доменных владений того или иного правителя, рассматриваемых с точки зрения общего феодального права, достиг своего апогея с появлением вестфальской системы суверенитета. Яркими примерами описанных выше протонациональных государств могут являться Франция, Англия, Португалия и Кастилия. Однако эта эпоха отмечает не только появление государств, консолидирующих свою культуру, но и косвенное культурное влияние в результате определенных политических действий, как, например, германизация Силезии, где немецкие колонисты были радушно приняты из-за сопутствующих им экономических выгод и где влияние германской надкультуры (полагается возможным использовать этот термин, поскольку германской культуры в строгом смысле слова на тот момент не существовало, но сходства в культуре различных субъектов Священной Римской империи германского народа позволяют в нектором смысле их сгруппировать) было очень значительно, изменив культуру элиты этого региона, а через нее - и культуру

собственно региона. Средние века и раннее Новое время – это вообще скорее период объединения множества локальных культур в более крупные группы через естественное культурное взаимодействие, пусть и находившееся под влиянием некоторых политических действий, главным образом насильственных. Затем, однако, наибольшее препятствие размыванию культурных границ составлял консерватизм, в том числе религиозный, потерпевший фактическое поражение после двух мировых войн и мятежей шестьдесят восьмого года.

Маргинализация института веры и ослабление религиозных позиций достигли наибольшей своей магнитуды в конце XIX века с секуляризацией общественной жизни США и началом т.н. Kulturkampf - борьбы германской администрации с католической церковью за контроль над образованием и назначением священнослужителей [5]. Это вызвало ответную реакцию в виде появления фундаменталистских течений [3]. В это время окончательно оформились и нации в современном понимании этого концепта, и девятнадцатый век увидел ряд национальных восстаний, как, например, венгерское восстание середины века [4]. Образование наций стало новым этапом в увеличении масштабов культурных групп, функционирующих примерно как одна культура и обладающих значительной друг к другу толерантностью. Политическая необходимость, однако, возобладала над попытками противостоять церковному ослаблению, хотя сложившаяся в Европе в целом культурно и политически консервативная атмосфера удерживала сравнительно неприкосновенным культурное разнообразие, хотя завершившееся в XIX веке политическое объединение большей части государств послужило катализатором к формированию выше описанных де-факто единых наций, сильно сократив разнообразие культур в Европе по сравнению с предыдущими периодами. Исключением из правил стали, пожалуй, США, где рано сформировалась концепция плавильного котла ввиду гетерогенности государства, положенных в его основу принципов и его возраста.

Первый по-настоящему жестокий удар социальный и религиозный консерватизм получили после Великой войны. Во-первых, пали главные оплоты консервативных и сильно подверженных религиозному воздействию взглядов - Центральные державы и Российская империя, во-вторых, старая система мира дискредитировала себя, в-третьих, массовый перевод экономики обратно в мирное русло и крупномасштабное высвобождение после войны рабочих рук вызвали во многих государствах неблагоприятные экономические последствия и потребовали срочных социальных перемен. Главной переменной, впрочем, было широкое распространение пацифизма, вызванное общей усталостью от войны, почему главным курсом уцелевших после войны мировых правительств стало поддержание мира. Консервативные и даже реакционные взгляды в вопросах культуры, однако, обрели вторую жизнь в реваншистских и ирредентистских автократиях, как-то: Венгрии адмирала Миклоша Хорти, Великогерманском государстве, Итальянском королевстве и др [6, 7].

Поражение этих режимов во Второй мировой войне и неспособность старых правительств выполнить обещание о поддержании мира нанесли второй, куда более чувствительный удар старым представлениям, особенно в области культуры. Германская культурная политика, по иронии судьбы, погубила идею, которой служила, поскольку нормальные ранее позиции теперь могли привести к невыгодному политическому сравнению с поверженными диктатурами, и нормальные ранее идеи были сильно дискредитированы благодаря наглядной демонстрации их чрезмерно ретивого применения. Некоторые продолжали придерживаться подобных взглядов, как, например, фракция генерала Отто Ремера в ФРГ, но оказались в меньшинстве. В то же самое время, чрезмерный либерализм в вопросах культурных границ также был нежелателен ввиду корреляции с идеями левых, представлявших тогда главного неприятеля свободного мира. Следующим поражением, нанесенным социальному и религиозному консерватизму в культурных вопросах, стали массовые мятежи "новых левых" в конце 60-х годов, приведшие к усилению контркультуры и значительной общей либерализации политических симпатий, продолжающейся и сейчас [8]. К 1970-м годам, однако, была разработана новая концепция, поддерживающая культурное разнообразие, призванная его спасти - концепция мультикультурализма. Она, однако, в значительной степени парадоксальна и ненадежна, почему и вступает ныне в период кризиса.

**Новая реальность инфокоммуникационного мира.** Радикальный прорыв в развитии технологий инфокоммуникаций рубежа XX – XXI вв. поставил под вопрос сохранение мультикультурной идентичности. Важную роль в этом процессе играет и глобальное вовлечение человечества в образование, в особенности в унифицированный процесс получения Высшего образования [9], - 26 % населения планеты [10], что практически означает близость к глобальной вовлеченности. Такая перспектива означает, что в мире быстроразвивающихся инфокоммуникаций имманентно присущее человечеству стремление к экономической и культурной интеграции и унификации получает, благодаря бесконечному количеству новых технологических возможностей, предельное выражение [11]. Отныне мир открыт для всех, вне зависимости от топоса и хроноса, что возводит в апофеоз процесс утраты идентичности.

Осознавая важность данной проблемы, международная организация ЮНЕСКО принимает «Всеобщую декларацию о культурном разнообразии», согласно которой сохранение и защита культурного разнообразия закрепляется как этический императив [12]. Для достижения поставленной задачи Декларация рекомендует задействовать, в том числе и все возможности, предоставляемые киберпространством.

Действительно, новая реальность цифрового мира, приводя к апогею процессу всесмешения, в то же самое время, предлагает множество инструментов и возможностей для сохранения культурного разнообразия, позволяя, например, быть вовлеченным в мировой экономический процесс, в своем географическом регионе, сохраняя свою культуру, традиции и верования.

**Вывод.** Таким образом, научно-технический прогресс, в особенности в области инфокоммуникаций (так явно используемых политическими акторами в своих целях), несомненно, нанес урон культурному разнообразию. Современное же технологическое развитие предоставляет новые возможности сохранения всей гаммы культур и традиций. Темп развития цифровой цивилизации позволяет предположить, что в этом процессе уже в очень скором времени (в жизни одного поколения) произойдут коренные изменения.

Литература:

1. Патеркул Гай Веллей. Римская история // Малые римские историки. — М.: Ладомир, 1996
2. Herberman, Charles G.; et al., eds. The Catholic Encyclopedia. Volume 14: Simony–Tournely. New York: The Encyclopedia Press, 1912.
3. Smith, Ch. The Secular Revolution: Power, Interests, and Conflict in the Secularization of American Public Life. University of California Press, 2003.
4. Kirkpatrick F.A. Lectures on the history of the nineteenth century : delivered at the Cambridge University extension summer meeting, August, 1902. Cornell University Library, 2009.
5. Pfeilschifter G. German culture catholicism and the world war; a defense against the book La Guerre allemande et le catholicisme, Palala Press, 2015.
6. Kallis A. When Fascism Became Mainstream: The Challenge of Extremism in Times of Crisis // <http://booksandjournals.brillonline.com/content/journals/10.1163/22116257-00401001>
7. Judt T. Postwar: A History of Europe Since 1945, Penguin Books; Reprint edition, 2006.
8. Grenville J. A History of the World: From the 20th to the 21st Century, Routledge. 2005.
9. Шестакова И.Г. Современное развитие ИКТ: экономические и социальные аспекты // Экономика и экологический менеджмент. -2015. -№4. С. 297-304.
10. Охватить обездоленных: всемирный доклад по мониторингу «Образование для всех». Париж: Изд-во ЮНЕСКО, 2010.
11. Шестакова И.Г. Анализ современных тенденций научно-технического прогресса и горизонты планирования// Экономика и экологический менеджмент. 2013. № 1. С. 67.
12. Universal Declaration On Cultural Diversity. Paris.: UNESCO, 2002.

УДК 37.018; 37.026, ББК 74.0

**И.П. Березовская**  
Irina Berezovskaya  
ipberezovskaya@mail.ru

## **Проблемы корреляции аппарата нейрофилософии и нейронауки в исследовании сознания**

### **Problems of correlation of neurophilosophy and neuroscience apparatus in the study of consciousness**

*Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого (СПбПУ)  
Петербургский государственный университет путей сообщения Императора Александра I  
Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University (SPbSPU)  
Emperor Alexander I St. Petersburg State Transport University (St. Petersburg)*

В статье рассмотрена идея возникновения нейрофилософии как единой концептуальной системы. Изначально нейрофилософия рассматривалась как раздел философии науки, но поскольку основные вопросы, которые относятся к нейрофилософии, - это те, которые объединены классической проблемой «сознание и мозг», то основная тенденция развития нейрофилософии в настоящее время – это философия сознания. Кроме того в рамках нейрофилософии могут успешно развиваться онтологические, гносеологические и методологические модели.

Ключевые слова: когнитивная наука, философия сознания, нейрофилософия.

The article deals with the idea of the emergence of neurophilosophy as a single conceptual system. Initially, neurophilosophy was considered as a branch of philosophy of science, but since the main issues that relate to neurophilosophy are those that are United by the classical problem of "consciousness and brain", the main trend in the development of neurophilosophy is now the philosophy of consciousness. In addition, ontological, epistemological and methodological models can be successfully developed within the framework of neurophilosophy.

Keywords: cognitive science, philosophy of consciousness, neurophilosophy.

Финский психолог и философ Антти Ревонсуо – один из исследователей сознания с позиций когнитивной нейронауки – сказал о том, что, «мы не знаем, как соотнести сознание с научным представлением о мире», поэтому оно «тайна» [2]. Австралийский философ, специализирующийся в области философии сознания, Дэвид Чалмерс в своей программной статье «Как мы можем построить науку о сознании» указывает: «Задача науки о сознании, как я ее вижу, состоит в том, чтобы систематически интегрировать два ключевых класса данных в одну научную структуру: данные от третьего лица, или данные о поведении и процессах в мозге, и данные от первого лица, или данные о субъективном опыте. Когда мы наблюдаем за сознающей системой с точки зрения третьего лица, обнаруживается ряд специфических поведенческих и нейрофизиологических явлений. Когда сознающая система рассматривается с точки зрения первого лица, обнаруживается ряд специфических субъективных феноменов. Оба рода явлений имеют статус данных для науки о сознании»[3]. Данные от третьего лица – это предмет исследования когнитивной науки.

Когнитивная наука в настоящее время представляет собой междисциплинарное научное направление, объединяющее когнитивную психологию, нейрофизиологию, когнитивную лингвистику, невербальную коммуникацию и теорию искусственного интеллекта. Ключевыми техническими достижениями, определившими во многом характер развитие современной когнитивной науки, стали новые методы сканирования мозга и развитие информационных технологий. Томография и другие методы впервые позволили заглянуть внутрь мозга и получить прямые, а не косвенные данные о его работе. Изучение деятельности мозга стало идти не только на уровне всей системы, но и отдельных элементов. Стало возможным подробно изучить функции нейромедиаторов и их распространение в мозгу, а также работу отдельных нейронов и их частей. Развитие информационных технологий способствовало расширению возможностей моделирования в изучения биологических систем. Общей тенденцией в развитии когнитивной науки следует отметить ее устремление к нейроисследованиям, что в итоге порождает устремление к созданию нейрофилософии как метазнанию о нейронауках.

Термин «нейрофилософия» был введен в научный обиход в 1986 году Патрицией Черчланд [4]. Нейрофилософия рассматривалась как раздел философии науки. Основные вопросы, которые относятся к нейрофилософии, - это те, которые объединены классической проблемой «сознание и мозг». Специфика феноменов субъективной реальности в том, что они не обладают физическими свойствами [5,6], такими, например, как масса, энергия, пространственные характеристики. Это их

отличие от предметов исследования классического естествознания составляло всегда серьезные трудности для исследований материалистической ориентации и естествоиспытателей, изучающих связь психических явлений с деятельностью головного мозга. Для описания феноменов субъективной реальности использовались понятия интенциональности, цели, смысла, ценности, воли и т. п., в то время как для описание физических явлений и мозговых процессов использовались понятия массы, энергии и т.п. Связать, объединить эти различные типы описаний в единой концептуальной системе, способной дать теоретически обоснованное объяснение – одна из задач нейрофилософии. В связи с чем в нейрофилософии сильны редукционистские тенденции: сознание по большей части сводится к когнитивному содержанию, за скобки выносятся другие его существенные свойства и модальности. Как философия сознания – это одна из тенденций развития нейрофилософии. Однако в рамках нейрофилософии могут успешно развиваться онтологические, гносеологические и методологические модели, весьма далекие от этого узкого направления. Как самостоятельный раздел философской науки, нейрофилософия выступает методологическим основанием для междисциплинарного объединения всего спектра нейронауки[1]. Нейрофилософия, в этом случае, это философско-методологическая рефлексия над фундаментальными основами нейронаук, т.е. своеобразная прикладная философия, подобная «философии математики», «философии физики», «философии искусственного интеллекта». Кроме того, нейрофилософия может выступать и как систематическая форма изучения мировоззренческих аспектов, опирающаяся как на категориальные знания о нейрофизиологических основах психических явлений, так и на компьютерные методы имитации, моделирования, репродуцирования мозговой, психической и социальной активности.

Литература:

1. Алексеев А.Ю., Кузнецов В.Г., Савельев А.В., Янковская Е.А. ю Становление отечественной нейрофилософии. ФН–11/2015
2. Ревонсуо Антти. Психология сознания / Перевод: А. Стативка, З. С. Замчук. — Санкт-Петербург: Питер, 2013. — 336 с. — (Мастера психологии).
3. Чалмерс Д. "Сознающий ум. В поисках фундаментальной теории" (The Conscious Mind: In Search of a Fundamental Theory, 1996). Oxford University Press.
4. Черчленд П. С. Нейрофилософия: мозг и нравственность // Актуальные вопросы нейрофилософии–2015. Ежегодник.
5. Шипунова О.Д. Перспективы исследования субъективности в современной философии//Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Гуманитарные и общественные науки. 2014. № 1 (191). С. 254-260.
6. Шипунова О.Д., Тарасова И.В. Проблема интеллекта и социальная онтология в когнитивных исследованиях// Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Гуманитарные и общественные науки. 2013. № 3 (179). С. 191-200.

## **Информационный аспект аугментации человека** **Informational aspect of human augmentation**

*Санкт-Петербургский государственный электротехнический университет «ЛЭТИ»*  
*Saint-Petersburg state electrotechnical University*

Доклад посвящен информационному аспекту аугментации человека. Рассмотрены различные теоретические подходы к проблеме истинной галлюцинации. В докладе показано, что экологический подход к восприятию обладает рядом преимуществ по отношению к каузальному.

Ключевые слова: теория восприятия, каузальная теория восприятия, экологический подход к восприятию.

Report dealing with informational aspect of human augmentation. Different theoretical approaches to veridical hallucination are considered. Report concludes that ecological approach to perception has some edges on causal approach.

Keywords: theory of perception, causal theory of perception, ecological approach to perception.

Современные медицинские технологии позволяют не только продлить жизнь человека, но еще и улучшить его тело, например, появляется возможность заменять утерянные конечности, или заменить глаз видеоустройством, связанным непосредственно с мозгом. Такие исследования вызывают большое количество дискуссий, прежде всего этического характера [1, 2]. Несмотря на то, что такие новые «органы» действительно позволяют улучшить жизнь людей, в информационном аспекте подобная замена выглядит не совсем однозначной. Можно ли сказать, что бионическая рука, оснащенная тактильными датчиками, будет передавать правильную информацию о поверхности тел? Можно ли сказать, что камера заменившая глаз, будет подавать правильную визуальную информацию в мозг? Можно ли вообще сказать, что с помощью новых «органов» человек воспринимает окружающий мир?

Традиционно принято считать, что субъект воспринимает что-то только в том случае, если информация об окружающем мире поступила в сознание субъекта конкретным образом. Для того, чтобы можно было сказать, что субъект видит зеленое яблоко перед собой на столе, необходимо, чтобы электромагнитные волны, отразившиеся от яблока, достигли сетчатки его глаза, затем поступившая информация конвертируется в электрический импульс, который по глазному нерву поступает в зрительную кору мозга и т.д. Такой подход получил название каузальная теория восприятия [3], согласно такому подходу яблоко должно не просто быть причиной сознательного состояния, но и важна сама цепочка причинно-следственных связей. Если информация о наличии зеленого яблока поступила каким-то иным путем, например, в результате галлюцинации, то в таком случае нельзя сказать, что субъект видит яблоко перед собой.

Д. Льюис для критики каузальной теории восприятия предложил мысленный эксперимент. Представим себе, что к мозгу субъекта подключен компьютер, который

блокирует зрительную кору мозга и отправляет информацию о том, что перед субъектом на столе стоит яблоко. В таком случае, если субъект скажет, что перед ним на столе лежит яблоко, то это будет истинное высказывание. Но нельзя утверждать, что субъект увидел перед собой яблоко, поскольку он был подвержен галлюцинации. Такой случай совпадения суждения, вызванного галлюцинацией и положения вещей в мире Льюис назвал «истинной галлюцинацией». Данный случай с его точки зрения является проблемным для каузальной теории восприятия, поскольку информация о яблоке получена не стандартным способом, но при этом суждение о том, что яблоко находится на столе, является истинным [4].

С каузальной точки зрения, камера, заменившая глаз, не может считаться органом зрения, поскольку информация поступает в мозг не стандартным путем. Поэтому вся информация, которая поступает через камеру, не может быть зрительной информацией, а будет всего лишь истинной галлюцинацией. Безусловно, это необоснованная дискредитация людей с замененными органами, ведь несмотря на то, что информация поступает нестандартным путем, она оказывается истинной и человек с камерой вместо глаза может взаимодействовать с окружающим миром и быть полноценным членом общества.

Сам Льюис полагает, что выходом может послужить обращение к регулярности. Когда один раз суждение в сознании совпало с положением дел, нельзя говорить, что субъект воспринял информацию из внешнего мира. Но если каждый раз при изменении положения дел в мире меняется соответствующим образом и суждение субъекта, то в этом случае, полагает, Льюис можно утверждать, что субъект воспринимает информацию. Однако такой подход также не лишен недостатков. Ведь в какой-то момент может нарушиться регулярность, но сам субъект заметит это не сразу.

Хорошей альтернативной каузальной теории может оказаться «экологический подход», предложенный Гибсоном [5, 6]. В рамках этого подхода предполагается, что не важно какие суждения (истинные или ложные) формируются в сознании субъекта в результате восприятия, важна только поведенческая реакция на внешние стимулы. Если в результате внешних стимулов субъект выстраивает свое поведение таким образом, что это поведение приводит его к выживанию и адаптации к среде, то согласно экологическому подходу, субъект воспринимает информацию, не зависимо от того, каким способом была получена информация. Поэтому с помощью экологического подхода можно утверждать, что люди без телесных изменений видят окружающий мир, что человек с камерой вместо глаза видит мир, и даже, что робот-пылесос воспринимает окружающий мир.

Экологический подход приводит к тому, что количество воспринимающих субъектов окажется больше, чем мы думали раньше, но традиционная каузальная теория приводит к необоснованной дискриминации. Современные информационные технологии позволяют не только улучшить и жизнь людей, но также дают серьезные основания для новой аргументации в философских дискуссиях.

Литература:

1. Roskies A. Neuroethics // The Stanford Encyclopedia of Philosophy (версия 2016 г.), Ред. E. N. Zalta – <https://plato.stanford.edu/archives/spr2016/entries/neuroethics>.
2. Юдин Б. Г. Технонаука и «улучшение» человека // Эпистемология и философия науки. 2016. Т. 48. № 2. С. 18-28
3. Lowe E. J. An introduction to the philosophy of mind. 2000. Cambridge University Press. P. 137
4. Lewis D. Veridical hallucination and prosthetic vision // Australasian Journal of Philosophy 1980. V 58. № 3 p. 239–249.
5. Gibson J. J. The Ecological Approach to Visual Perception. 1979. Hillsdale. NJ: Lawrence Erlbaum.
6. Noë, A. Action in Perception. 2004. Cambridge. MA: MIT Press.

УДК 316.754:004.738.5, ББК 60.5

Д.С. Быльева, Т.А. Нам  
Daria Bylieva, Tatiana Nam  
newneverland@mail.ru, namt@mail.ru

### **Формирование норм в виртуальных мирах Forming norms in virtual worlds**

*Санкт-Петербургский Политехнический университет Петра Великого  
Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University*

Несмотря на кажущееся подобие физического мира и виртуального мира, социальные законы их существования различны. На основании анализа игр с деструктивным поведением, их цензурирования, а также читерства, в статье сформулированы особенности формирования и нарушения социальных норм в виртуальных мирах. Хотя создатели игр обладают неоспоримым преимуществом в создании норм виртуального мира, на него может оказываться влияние, как со стороны общества, чаще всего с целью уменьшения реалистичности, так и со стороны игроков. Нарушение предписанных демиургом норм игроком рассматривается как обман и подвергается санкциям, однако отношение к нему неоднозначно, подчас положительно. Некоторые нормы формируются в результате взаимодействия между игроками.

Ключевые слова: Интернет, социальные нормы, компьютерные игры, чит-коды, цензура в играх

Despite the apparent similarity of the physical world and the virtual world, the social laws of their existence are different. Based on the analysis of games with destructive behavior, their censoring, as well as cheating, the article formulates the features of the formation and violation of social norms in virtual worlds. Although game creators have an undeniable advantage in creating norms of the virtual world, it can be influenced by both society, most often with the goal of reducing realism, and also by players. Violation of the norms prescribed by the demiurge by the player is regarded as a cheating and is subject to sanctions. But the attitude towards it is ambiguous, sometimes positive. Some rules are formed as a result of interaction between players.

Key words: Internet, social norm; videogame; cheat code

На сегодняшний день человек все в большей степени погружается в виртуальное пространство интернета. Деятельность людей в различных сферах жизни от экономики до развлечения все в большей степени нуждается в информационно-коммуникативных технологиях. Исследователи отмечают, что технологии "активно продолжает трансформировать повседневную жизнь человека, его образ жизни, тип мышления, самосознание в обществе" [1. с.45].

Виртуальные миры компьютерных игр представляют собой нечто заведомо противопоставленное миру реальному. О.Д. Шипунова, И.П. Березовская, Е.М. Гашкова отмечают "виртуальная структура всё больше отделяет человека от внешней среды в пользу автономно построенного мира смыслов и интерпретаций" [2, с. 61]. Виртуальный мир есть не противоположное миру физическому, а изменение мира офф-лайн для удовлетворения неисполненных желаний. Важным моментом является то, что цель и правила игры явно или неявно задается демиургом. Социальные нормы не виртуальной действительности не играют в данном построении роли. Напротив, нарушение общепринятых социальных норм может составлять особую привлекательность для игроков. А целью игры может быть наиболее ловкое совершение виртуального преступления. Например, популярная серия игр Grand Theft Auto San Andreas предлагает выполнение различных миссий в рамках преступной группировки: убийства, кражи, угон транспорта контрабанда наркотиков и т.д., стелс-хоррор Manhunt – деятельность маньяка, где игрок оценивается исходя из зрелищности совершённых убийств. Существует даже японский симулятор насильника RareLay.

Исторически первой причиной общественного порицанию стали кровавые игры, которые связывались с убийствами, совершенными подростками. Виртуальное убийство в играх также как кражи или хулиганства не подразумевает урона другим лицам, даже если речь идет о многопользовательских играх и за персонажем противника стоит реальный человек. Однако дискуссия в научных кругах и прессе о том будет ли поведение в виртуальном мире, нарушающее социальные нормы, влиять на поведение оффлайн, становится все более активной, начиная с 2000 г. Причем степень согласия между исследователями очень низкая примерно 10–39.5% [3]. Б. Гюнтер указывает, что рассматриваемые в научной литературе последствия насильственных видеоигр, скорее умозрительные и гипотетические, чем построенные на прочной основе научных доказательств [4, р. 33]. Есть исследования, отрицающие влияние увлеченности агрессивными играми на проявление жестокости в реальном мире (например, [5]), и даже указывающие, что игры с насилием имеют позитивный социальный эффект на современную молодежь [6]. Тем не менее общественность не может не обращать внимания на виртуальный мир, если молодые убийцы и угонщики объясняют свои действия желанием проверить, так ли легко ли угнать такси и убить человека в реальной жизни, как в GTA.

Основным законодателем норм являются создатели игры. В. Сислер предлагает считать код игры социальной нормой, определяющей поведению игроков [7]. Можно выделить субъектов, способных влиять на социальные нормы в виртуальных мирах:

1 *Общественные организации и специальные комиссии* могут воздействовать на создателей игр, запрещая или вынуждая изменять некоторые элементы игр с целью предотвратить переход виртуального деструктивного поведения в реальное. Ввести санкции за убийства в видеоиграх нельзя, это противоречит логике их создания, так же невозможно полностью убрать их из виртуальных миров. Цензура в ряде стран пошла по пути изменения видео игры, в сторону меньшей реалистичности убийств

(например, отсутствие крови или замены её ядовито-зелёной или черной жидкостью, исключение возможности подбирать с трупов деньги, замена врагов-людей на монстров или роботов, исчезновение убитых и т.п.). А в Китае вовсе запрещено показывать кости и кровь, поэтому изменению подвергаются многочисленные игры с зомби и скелетами, и даже рисунки на картах с черепом.

2 *Игроки* также могут изменять нормы поведения чаще всего с целью: - облегчить прохождение игровую стратегию,

- быстро пройти скучные периоды,
- изменить виртуальный мир по собственным вкусам,
- выиграть/ отомстить противнику.

Для изменения норм игрокам приходится либо вмешиваться в структуру игры с помощью программ и макросов (чит-коды, трейнеры, картриджи с дополнениями и т.п.), либо изменяя связку между персонажем и играющим (с помощью подмены игрока, создания нескольких персонажей, использование ботов). В играх используется термин бустинг ("boosting"), подразумевающий, что игрок отдаёт свой аккаунт профессионалу, чтобы повысить рейтинг, или играет против своего же аккаунта, намеренно поддаваясь. Человек может оставлять в игре вместо себя искусственный интеллект, так называемых ботов, для выполнения рутинных действия в игре, позволяющие получить больше необходимых благ (например, ловля рыбы, добыча полезных ископаемых, фермерство, а иногда и стрельба). В многопользовательских играх нарушение норм приводит к однозначной победе над игроками, не нарушающими установленных создателями правил, на других игровых площадках можно совершать покупки с помощью переведенных в игровую валюту реальных денег, поэтому с обманщиками ведется борьба. Санкции за нарушение могут быть различны: от обнуления или уменьшения заработанных "очков", блокирования допуска к таблице рекордов или отсутствия возможности сохранения до блокировки аккаунта игрока временного или постоянного, то есть уничтожения виртуального персонажа, что является высшей мерой наказания в игровом пространстве. Неигровое наказание за обман в виртуальных играх предусмотрено только в Южной Корее.

Есть нормы, формируемых в игровых мирах естественным путем взаимодействия между игроками. Некоторые из них могут быть достаточно специфичны, однако появляются общие правила, касающиеся, например, выхода из мира. Например, нарушением этикета обычно считается покинуть виртуальный мир до окончания раунда или миссии, также от проигравшего часто ожидается фраза "good game" или "gg" перед выходом.

3 *Государство* Роль государственного регулирования норм поведения в виртуальных мирах пока мала. С появлением теорий «общества знания» прослеживаются тенденции изменения роли человека в общественной среде и происходит трансформация роли самого государства и общественных организаций [8, с.489]. В большинстве стран не определен правовой статус виртуальных объектов, которые иногда могут рассматриваться как дополнительные услуги, предоставляемые

распространителями игры. Только в азиатских странах, наблюдается тенденция по признанию виртуальных объектов в качестве собственности и соответствующей судебной защите. В Китае наиболее активно разрабатывается виртуальное право как часть программы по построению индустрии продажи виртуальной собственности, В Тайване в 2011 году закреплена классификация виртуальных объектов как собственности в правовом смысле, а в Южной Корее ещё в 2003 году полиция начала активно рассматривать заявления о виртуальных преступлениях большая часть которых касается краж игровых объектов либо аккаунтов.

Таким образом, основным источником норм в виртуальных играх служит их создатель. Однако на формирование норм влияют общественные организации и специальные комиссии с целью уменьшения реалистичности деструктивного существования, а также сами игроки в собственных интересах. Игроки могут нарушать нормы либо программными средствами изменяя некоторые игровые параметры, чаще всего для облегчения прохождения игры, либо позволяя играть за себя профессионалам или ботам. Государственное влияние на нормы пока не велико. Санкции, поддерживающие нормы, создаются администраторами игровых площадок.

#### Литература:

1. Обухова Ю. О., Евсеева Л. И., Танова А. Г. Новые технологии коммуникации в восприятии современного человека // Теория и практика общественного развития. 2017. № 12. с.43-47. DOI: 10.24158/tipor.2017.12.9
2. Шипунова О.Д., Березовская И.П., Гашкова Е.М. Условия формирования личности в контексте киберантропологии // Научно-технические ведомости СПбГПУ. Гуманитарные и общественные науки. 2017. Т. 8. № 3. С. 57-64. doi: 10.18721/JHSS.8306
3. Ferguson, C. J. Violent Video Games, Sexist Video Games, and the Law: Why Can't We Find Effects? // Annual Review of Law and Social Science. 14(1). 2018. doi:10.1146/annurev-lawsocsci-101317-031036
4. Gunter B. Does Playing Video Games Make Players More Violent? Palgrave Macmillan. 2016.
5. Jerabecka J. M., Ferguson Ch. J. The influence of solitary and cooperative violent video game play on aggressive and prosocial behavior // Computers in Human Behavior Volume 29. Issue 6. November 2013. pp. 2573–2578.
6. Markey P. M., Ferguson C. J. Moral Combat: Why the War on Violent Video Games is Wrong, BenBella Books, 2017.
7. Šisler V. Palestine in pixels: The holy land, Arab-Israeli conflict, and reality construction in video games. Middle East Journal of Culture & Communication. 2. 2009. pp. 275–292. doi:10.1163/187398509x12476683126509
8. Шипунова О.Д., Евсеева Л.И. Тренды политического участия в сетевом обществе // Четвертая промышленная революция: реалии и современные вызовы. X юбилейные санкт-петербургские социологические чтения. Сб. ст. межд. конф. 2018. С. 488-491.

**Инфосфера коммуникации в контексте современной науки**  
**Communication InfoSphere in the context of modern science**

*Санкт-Петербургский Политехнический университет Петра Великого.*  
*Peter the Great St. Petersburg State Polytechnic University*

Инфосфера коммуникации рассматривается в соотнесении с эволюцией информационной парадигмы в современной науке. Подчеркивается специфика ориентирующих взаимодействий в социуме, связанная с форматированием инфосферы подсознания в практике фрейминга.

Ключевые слова: инфосфера, коммуникация, информационная парадигма, фрейминг.

The InfoSphere of communication is considered as a consequence of the information paradigm evolution in modern science. The specificity of orienting interactions in society associated with the formatting of the subconscious InfoSphere in framing practice is emphasized.

Keywords: InfoSphere, communication, information paradigm, framing

Термин «информация» в значении сообщения получил свое первое научное расширение в математических теориях информации, в которых поток сообщений предстает измеримой величиной [1]. С тех пор количество информации измеряется в битах и байтах. Попытку совместить абстрактный математический способ исчисления информации с реальными процессами в природе, социуме, технике предпринял Н. Винер, введя в оборот представление об абстрактном процессе управления. В контексте современной междисциплинарной методологии информация рассматривается как фактор управления поведением абстрактной системы. При этом подчеркивается эмпирически подтверждаемый факт принципиального отличия феномена информация от энергии и от какого-либо материального субстрата, в котором реализуется конкретная система или код сообщения.

Расширение контекста понятия *информация* связано с постулированием единства материи, информации, энергии как фундаментальных атрибутов наблюдаемого мира в масштабе Земли и мега масштабе Вселенной в ее целостности как сложноорганизованной системы. В картине мира современной науки положение об универсальности информационных процессов распространяется на все явления микро-, макро- и мега мира, а также на все биосферные, химические, психические, сознательные, культурные и социальные явления.

Эвристические возможности сложившейся в современной системе знания информационной парадигмы связаны с формированием рациональных моделей объяснения и прогнозирования *ориентирующих взаимодействий*, которые имеют явно выраженный нефизический характер. В сложноорганизованных динамичных системах информация характеризует функциональные способности сложной системы в соответствии с внешними факторами воздействия и собственными параметрами состояния. Информационные модели объяснения взаимодействий подчеркивают кодовый характер причинной связи, который реализуется посредством запуска определенной последовательности действий и ориентиров самоопределения системы. Функция информативного кода - нормирование некоторого потенциального

жизненного пространства системы указанием на явные или неявные границы мотивов и действий.

Жизненный горизонт сложноорганизованной системы с внешней стороны определен средой. В успешной адаптации системы особое значение приобретает *информационная среда*, в которую она погружена. *Информационная среда* в широком смысле соотносится с объективным существованием пространства потенциального выбора действий. Информационные среды могут быть внешними и внутренними. Иерархия информационных сред, например, в социальном пространстве предполагает сложную семантику, которая играет ключевую роль в формировании жизненного мира индивидуума.

В социуме ориентирующие взаимодействия реализуются в иерархически организованных информационных средах и соотносятся с когнитивными ориентациями в глобальной семантической сети, которая ассоциируется с инфосферой. Ориентации в семантических средах на разных уровнях требуют определенной специфики восприятия и переработки информации. В частности, выделяют три качественно различных канала воздействия инфосферы на личность: перцептивный (аналог физического контакта, через ощущения); когнитивный (канал воздействия через смысловые структуры, пакеты знания фреймы); рефлексивный (канал восприятия информации, связанный с ценностными установками и осознанием ограничений, или с границами понимания) [2].

Термин *инфосфера* появляется в период интенсивного развития программных средств электронной связи и разработки языков программирования. В отечественной науке он введен академиком А.П. Ершовым. В широком контексте термин инфосфера начинает употребляться в последние десятилетия в соотнесении со всей знаковой средой социума и жизненного мира личности [<http://www.morepc.ru/dict/>].

При этом акцентируется фоновое контекстное знание или «предзнание», которое опирается на сопоставление семантической информации с общезначимыми универсальными схемами, относительно которых осмысливается событие, ситуация, факт [3]. Когнитивная технология форматирования инфосферы подсознания опирается на дискурс, с которым связано введение и переворачивание смыслов в соответствии с политической установкой на формирование массового субъекта и его представлений о мироустройстве. Коммуникативная практика фрейминга направлена, прежде всего, на ориентацию в инфосфере на уровне здравого смысла, моделирующего знакомые, интуитивно воспринимаемые и понятные всем контекстные ожидания. Такое предвидение лежит в основании готовности действовать адекватно в настоящем и прогнозировать свои действия в ближайшем будущем.

В конструировании жизненного мира личности и картины будущего, которая обеспечивает смысловое единство сознания, ориентация в инфосфере коммуникации усложняется. Техника фрейминга в этом случае определяется негласными принципами понимания, которые фиксируют требования смысловой связности, автономности, актуальности, адекватности смысла. Эта матрица незримо

присутствует в процессах самоопределения личности в инфосфере коммуникации, направляя ментальную активность, задавая установки в рассуждении и оценивании ситуаций, например, в рамках той или иной познавательной или культурной традиции.

Литература

1. Shannon C. E. & Weaver, W. (1963). *Mathematical Theory of Communication*. Chicago, USA: University of Illinois Press
2. Floridi L., *The Fourth Revolution – How the infosphere is reshaping human reality*. Oxford University Press, 2014
3. Evans V. and Green M., *Meaning constructions and mental spaces. Cognitive Linguistics An introduction*. Edinburgh: Edinburgh University Press, 2014.

УДК 811.111-26, ББК 81.2-3

А.М. Айдарова  
Alsou Aydarova  
aidalmir@yandex.ru

### **Художественный текст как фрагмент поведенческой картины мира автора Literary work as a fragment of behavioral world image of the author**

*Казанский федеральный университет, Набережночелнинский институт  
Kazan Federal University, Naberezhnye Chelny Institute*

В статье рассматриваются способы вербализации понятия «поведение человека». В художественном тексте, который представляет собой авторскую интерпретацию поведения персонажей, исследуется социально-психологическая природа человеческого поведения. Автор передает свою вербальную оценку и описание поступков персонажей произведения средствами различных языковых уровней.

Ключевые слова: поведение человека, художественный текст, языковые средства, уровни языка.

The article throws light on the ways of human behaviour verbalization. In the literary text which is the author's interpretation of the characters' conduct the socio-psychological nature of human behavior is explored. The author conveys his verbal assessment and description of the characters' actions in his work at various language levels.

Keywords: human behavior, literary text, language means, language levels.

In modern linguistic science we observe the occurrence of the methodological shift: the transition from linguistics with its installation to consider language in itself and for itself to anthropological linguistics, which involves the study of a language in inseparable connection with a person, his mind, actions, and way of thinking. The concept of human behavior can be qualified as a concept of culture. The behavior of an individual belonging to a certain linguistic community reveals the cultural and moral values that exist in a given society, as well as national ideas about the norms of relationship with others.

Language consciousness is inherent in the estimated world image, which corresponds to the very nature of a human being. Sociological assessments of the linguistic personality are processed and mediated through the language, and then they are transmitted into certain linguistic units. A literary text is a part of the linguistic reality. It reflects not only the

structure of the language but also the structure of human consciousness. Therefore, the notion of behavior can be identified on the basis of language material. In the artistic text which is the author's interpretation of the heroes' character, the socio-psychological nature of human behavior is explored. Thus, the literary text is a fragment of the linguistic world image. The author conveys his verbal assessment and description of the actions of other people with the help of various language means [1]. At the lexical level, such language means are verbs [2], nouns, adjectives, adverbs and other parts of speech. At the syntactic level, these are separate phrases and whole sentences. Phraseology turns are also a vivid language means of verbalizing human behavior. At the text level, a few sentences or a small passage will help reveal the behavior of a literary character.

Various ways of verbalization of behavior were considered on the example of O. Wilde's novel "The Picture of Dorian Gray" [3]. Oscar Wilde is a great connoisseur of the language. He is always individual and accurate in choosing a word and constructing a phrase. Various means of verbalization of behavior help to reveal the deeper idea of his novel and convey the heroes' characters. The text of the novel 315 episodes with the semantics of behavior at different language levels were analyzed.

O. Wilde's novel raises moral and ethical problems. The reader must realize the superiority of the internal content of the human person over the external appearance. According to the main topic, psychological, moral, social and aesthetic behavior are highlighted in the analysis of the means of verbalization of behavior. The study of 315 examples let us obtain the following data: 73 cases revealed psychological behavior, 110 examples represented moral behavior, 84 examples showed social behavior, 48 examples verbalized aesthetic behavior. Thus, most of the units with behavioral semantics are devoted to the disclosure of moral behavior, namely, 35% of all considered cases. Verbalization of human behavior in the novel under study occurs equally, both at the lexical level (147 examples) and at the syntactic level (141 examples), the remaining 27 are represented by phraseological units.

On the whole we can conclude that the verbalization of behavior in the English language reflects its main characteristics and forms a separate fragment of the linguistic world image. Its detailed study will contribute to the disclosure of specific realizations of the studied category, primarily in the aspect of culture and cross-cultural communication.

#### References:

1. Aydarova A.M., Aminova A.A. Language Means Denoting Human Behavior: A Cross-Linguistic Viewpoint // Ad Alta-Journal of Interdisciplinary Research. 2017. Vol.7, Is.2. P.16-18.
2. Aydarova A., Aminova A. The Negative Evaluative Component within the Semantic Structure of Behaviour Verbs in the Russian, English and Tatar Languages // Journal of Language and Literature, ISSN: 2078-0303, Vol. 7. No. 3. August, 2016. P. 149-152.
3. Wilde O. The Picture of Dorian Gray. Penguin Popular Classics 1994. 256 p.

**СЕКЦИЯ 1. ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЩЕСТВО: ФИЛОСОФИЯ,  
ТЕХНОЛОГИЯ, ПОЛИТИКА**

**SECTION 1. INFORMATION SOCIETY: PHILOSOPHY,  
TECHNOLOGY, POLITICS**

УДК 316.77, ББК 60.0

Л.Н. Соловьева  
L. Solovieva  
ruluniso@rambler.ru

**Коммуникация в глобальном информационном пространстве: философский  
аспект**  
**Communication in the Global Information Space: a Philosophical Aspect**

*Московский авиационный институт (национальный исследовательский университет), г. Москва*  
*Moscow Aviation Institute (National Research University), Moscow*

Статья посвящена философскому осмыслению коммуникативного процесса в условиях глобального информационного пространства. Показано влияние современных инфокоммуникативных технологий на формирование единого информационного пространства и нового типа коммуникации – виртуальной. Обосновано, что площадкой для виртуальной коммуникации выступает сеть Интернет, предоставляющая безграничные возможности коммуникантам для конструирования себя, что разрушающе действует на человеческую личность, обуславливая целый комплекс экзистенциальных проблем.

Ключевые слова: коммуникация, глобальное информационное пространство, виртуальная коммуникация, Интернет, инфокоммуникативные технологии.

The article is devoted to the philosophical understanding of the communicative process in the global information space. The influence of modern informational communicative technologies on the formation of a single information space and a new type of communication – virtual. It is proved that the platform for virtual communication is the Internet, which provides limitless opportunities for communicators to construct themselves, which has a destructive effect on the human personality, causing a whole range of existential problems.

Keywords: communication, global information space, virtual communication, Internet, infokommunikation technology.

Специфика развития общества в начале XXI в. так или иначе обусловлена результатами и следствиями очередной информационной революции и переходом человечества на новую ступень исторического развития, информационную. Тотальная компьютеризация, всестороннее внедрение инфокоммуникативных технологий во все сферы общественной жизни, медиатизация, дигитализация, построение глобальных информационных сетей, проникновение сигналов спутниковой и мобильной связи практически во все точки земного шара – все это и многое другое как нельзя лучше характеризует состояние человеческой цивилизации на современном этапе развития и по праву выступает неопровержимым доказательством становления цивилизации нового информационного порядка.

Другим ярким маркером грядущей информационной цивилизации является радикальное изменение способов и средств как повседневного общения людей, так и получения необходимой информации. Благодаря глобальной экспансии инфокоммуникативных технологий стало возможным формирование поистине единого информационного пространства, в рамках которого интегрируются все сферы коммуникации, вычислительной техники и информационного наполнения, и строится новая коммуникационная система – виртуальная. Глобальное информационное поле, лишенное условностей и ограничений, мгновенно и беспрепятственно связывает коммуникантов, обуславливая тем самым радикальные социокультурные изменения, открывая человеку неизвестные горизонты постижения мира и актуализируя проблему взаимодействия людей в условиях новой коммуникационной системы.

Действительно, уже само существование современного общества как «общества всеобщей коммуникации» (по терминологии Дж. Ваттимо) определяет центральными темами философской рефлексии в XX в. проблему взаимопонимания между субъектами, собственно феномены языка и коммуникации. Весьма очевидно наращивание актуализации данной проблематики и в первых десятилетиях XXI в., когда бурное развитие информационных технологий, массмедиа стали оказывать все большее, если даже не решающее воздействие на социокультурную реальность, вызывая неоднозначные реакции. На первый взгляд, такой решительный технологический прорыв должен бы способствовать построению целостного, прозрачного и разумного мира, нивелируя пространственно-временные и межкультурные барьеры, задавая условия позитивного диалога и взаимопонимания, предоставляя каждому коммуниканту широкие возможности для самосовершенствования и всестороннего развития. Однако очевидна и другая сторона, негативная, – дереализация реальности, манипуляция сознанием, разрушение, расщепление человеческой личности, превращение ее в субъекта, стремящегося только к собственной бесконечной репродукции во множестве образов, не желающего саморазвиваться. Это еще раз подчеркивает научную актуальность исследуемой проблематики.

Характер культурного развития – тип социальных связей и взаимодействий, стратегии получения, хранения и трансляции информации, особенности преемственности – во многом обусловлены особенностями доминирующей в данный исторический период типа коммуникации. Специфика коммуникативных стратегий влияет на качество культурной политики, на методы репродуцирования и распространения культуры, а также на идеологию и экономику. Сегодня мы имеем то, что и предрекал М. Маклюэн в середине прошлого века, еще до изобретения персонального компьютера. Действительно, техническое использование электричества в области коммуникации привело к возникновению ее форм, в частности, виртуальной коммуникации, не предполагающей обязательного физического присутствия. И Интернет в этом плане становится не только средством коммуникации, но и непременным условием, той коммуникационной площадкой, в

рамках которой осуществляется сетевая, виртуальная коммуникация как принципиально новый способ взаимодействия.

Г. Бехманн среди характеристик нового типа коммуникации особо подчеркивает роль дигитализации, благодаря которой стала возможной коммуникация с использованием движущихся изображений, порождающая другую реальность; а благодаря развитию разумных диалоговых систем коммуникация становится интерактивной [1, с. 117-118]. Тому подтверждение образ современного общества, представленный В. Беньямином, как общества, потребляющего зрелища и материальные блага. По сути современное общество является зрительским, а символом нового порядка становится экран. Индивид включен в движущийся и непрестанно меняющийся поток визуальной информации, быстрый темп жизни, множество исполняемых в обществе социальных ролей [2, с. 50]. М. Кастельс определяет современную культуру только сквозь призму коммуникации, характеризуя ее как электронно-коммуникационную систему. Являясь символической системой, отличается способностью не создавать виртуальную реальность, а конструировать реальную виртуальность, то есть имитировать действительность на экранах видеотехники. Поэтому люди начинают считать электронные образы действительности более истинными, нежели те, что видят в повседневном окружении [3, с. 73]. Такое положение вещей во многом обусловлено стремлением людей получать готовые стандарты поведения, стереотипы восприятия, определенные визуальные образы, имиджи, легитимированные социумом.

Так, результаты исследований показывают, что картина мира современного человека только на 10-15% конструируется на основе знаний, обретенных собственным опытом, основным же каналом получения информации о мире, способом приобщения к нему и его событиям, посредником в формировании культуры и источником трансформации системы духовного производства, являются средства массовой коммуникации, творящие некий информационный мономир, особую инфосферу, обладающую чертами глобальности [4, с. 194]. Согласно другим данным, количество пользователей сети Интернет неуклонно растет, стремясь к геометрической прогрессии. Мотивация пребывания в пространстве Сети самая разнообразная, но самые распространенные мотивы, названные респондентами, это коммуникативный (26%) и мотив самореализации (52%). Это свидетельствует о восприятии Интернета как среды проявления и развития собственных интеллектуальных и творческих способностей. Главное, на что указывали респонденты, – возможность высказаться, самовыразиться, получить комментарий, отклик, то есть обратную связь. Немаловажным в коммуникативном действии является также возможность отложить, прервать контакт, его анонимность, добровольность и желательность [5].

В настоящее время стало возможным, не выходя из дома, или, наоборот, выходя из дома и имея в руках смартфон, получить практически любую информацию, почитать художественную или научную литературу, выяснить любой вопрос, от глобального о смысле жизни до бытового – поиска необходимого товара. Интернет

предоставляет столь разноплановые и информационные и коммуникативные возможности: можно не только найти рекомендации по использованию информационных, финансовых, политических, психологических, образовательных и других технологий, но и заводить знакомства, искать людей, осуществлять общение вне физического присутствия, географических, государственных и межкультурных границ.

Предполагается, что в ближайшем будущем основным типом культуры станет сетевая культура, в пространстве которой все виды человеческой деятельности будут осуществляться в виртуальной среде. Не вызывает сомнений, что современное человечество развивается по пути расширения взаимосвязей, и особая роль в этом процессе принадлежит сети Интернет – виртуальному пространству символической коммуникации, существующему параллельно с материальным миром и реальной коммуникацией. В виртуальном пространстве беспрепятственно осуществляется взаимодействие многообразных виртуальных сообществ – новых коммуникантов. Единое информационное пространство, функционирующее на основе общих правил, стереотипов, норм, унифицирующих всех участников коммуникативного действия, порождает ситуацию культурного пограничья, когда коммуникант утрачивает связь с собственными культурными константами. Виртуальная реальность становится более значимой и доступной для него, нежели окружающий физический мир. Здесь в реальность превращаются знаки и информация, текст и гипертекст, «симулякры», которые опосредуют социальные процессы в обществе, и за которыми нет реально существующих вещей. Привычная физическая реальность с живыми людьми и ситуациями перестает быть единственным исходным объектом и предметом отражения. Накопленные человеческим опытом образы, символы, знаки становятся самодостаточными для воспроизводства и организации в качестве мнимой, виртуальной реальности. Суть онтологического парадокса в том, что именно эта мнимая, ненастоящая реальность стала и орудием, и средством изменений реальной жизни общества и каждого его представителя в отдельности [6, с. 191].

Таким образом, можно констатировать, что окружающий мир становится более коммуникабельным, так как благодаря опережающему развитию инфокоммуникативных технологий и формированию глобального информационного пространства как принципиально новой среды жизнедеятельности человека в значительной степени расширяются возможности для применения и традиционных видов коммуникации, письменной и устной, и для возникновения принципиально новых, например, виртуальной. Интернет в настоящее время выступает той самой специфической коммуникативной площадкой, в пространстве которой и разворачивается новый тип коммуникационного действия, осуществляется виртуальное общение людей, а также предстает своеобразной творческой лабораторией, где могут раскрываться творческие способности человека и предвшаться в жизнь самые невероятные и смелые идеи, невоплотимые и не востребуемые в реальной жизни, например, конструирование себя, собственного образа, имиджа, биографии, идентичности. Вместе с тем, именно в этом едином

информационном поле наблюдается разрушение традиционных человеческих ценностей, утрата общепринятых моделей поведения, саморазрушение человеческой личности, что влечет за собой целый комплекс психологических, социокультурных и экзистенциальных проблем, которые еще только предстоит осмыслить и решить.

#### Литература

1. Бехманн Г. Современное общество: общество риска, информационное общество, общество знаний. – М.: Логос, 2012. – 248 с.
2. Штайн О.А. Маска как форма идентичности: Введение в философию образа. – СПб.: Изд-во РХГА, 2012. – 160 с.
3. Кастельс М. Информационная экономика: экономика, общество и культура. – М.: Изд-во ВШЭ, 2000. – 606 с.
4. Костина А.В. Массовая культура как феномен постиндустриального общества. – М.: Изд-во ЛКИ, 2011. – 352 с.
5. Арестова О.Н., Бабанин Л.Н., Войскунский А.Е. Мотивация пользователей Интернета // [Электронный ресурс] <http://www.hr-portal.ru/article/arestova-on-babin-ln-boiskunskii-ae-motivatsiya-polzovatelei-interneta>.
6. Мансурова В.Д. Человек в пространстве массмедиа: вопрошание о смысле // Информационная эпоха: вызовы человеку. – М.: РОСПЭН, 2010. – С. 175-208.

УДК 1(092), ББК 87.3

А.В. Дьяков  
Alexandr Dyakov  
a\_diakoff@mail.ru

## **Коммуникативный разлом: история философии как информационная практика\*** **Communication fault: a history of philosophy as an information practice**

*Санкт-Петербургский государственный университет*  
*Saint Petersburg State University*

Автор обосновывает тезис о том, что история философии представляет собой коммуникативный дискурс, получающий форму от истории, а идеологическое содержание – от политической доктрины, которой придерживается историк философии. При этом в работе историка философии имеет место эпистемологический разрыв между позитивной наукой и практикой принятия тех или иных убеждений, определяющих его теоретические выводы.

Ключевые слова: коммуникативный разлом, информационная практика, история философии

Author substantiates the thesis that the history of philosophy is a communicative discourse that takes the form of history, and ideological content – from the political doctrine, which adheres to the philosophy historian. At the same time, in the work of the historian of philosophy there is an epistemological gap between positive science and the practice of adopting certain beliefs that determine its theoretical conclusions.

Key words: communicative fault, information practice, history of philosophy.

История философии представляет собой коммуникативную практику, черпающую идеи из сфер политики и идеологии и имеющую своей целью придать

---

\* Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда (проект № 17–18–01440 «Антропологическое измерение истории философии»).

единство интеллектуальному пространству информации, в котором существуют философские науки. Построение единой картины развития философии нуждается в опоре на идею универсальной истории, подчиняющейся интеллигибельным закономерностям и направленной к определенной финальной цели. Эта идея влечет за собой целый ряд жестких детерминант, главными из которых являются имплицитное утверждение историзма, универсализм и телеологизм. Кроме того, такая коммуникативная история философии с неизбежностью предполагает обратную перспективу рассмотрения материала, так что исторически предшествующие философские доктрины представляются предваряющими те, что следуют за ними и являются более «современными» по отношению к фигуре историка философии, который эту историю пишет. Таким образом, историк философии оказывается проводником определенной теоретической установки, обнаруживающей явно политический характер и являющейся частью определенной идеологической платформы.

В этой ситуации историк философии становится своего рода доксографом, проводящим отбор информации: философов и доктрин, вписывающихся в картину универсалистской истории философии. Он утверждает магистральный путь развития философии и регистрирует отклонения от него, объявляя их историческими тупиками. В истории философии ему удастся выявить центральные фигуры, заслуживающие пристального внимания, а других философов объявить второстепенными, неинтересными в общей перспективе и не стоящими упоминания в школьной истории философии. Доктрины и школы оцениваются с точки зрения большего или меньшего соответствия заранее принимаемой схеме. Личный опыт историка философии при этом схож с религиозным опытом средневекового интеллектуала, видящего свою задачу в отстаивании церковной доктрины перед лицом возможной критики.

Между тем, фигуры философа и писателя, признаваемого святым в той или иной религиозной традиции, значительно различаются. Это связано с фундаментальной чертой философии, избегающей формы ортодоксии в утверждении интеллигибельной истины. Если святой является выразителем сверхчеловеческой истины, по отношению к которой производится оценивание суждений в качестве ортодоксальных или гетеродоксальных, то философ пребывает в поиске истины, которая есть всецело творческий продукт конкретного мыслителя, оставляющий простор для творческого поиска других личностей и коммуникации. Для историка философии невозможна ссылка на сверхъестественную инстанцию для оправдания производимого отбора; единственно возможным путем для него оказывается ссылка на авторитетную доктрину, поддержанию которой служит работа историка философии.

Возникает эпистемологический разлом, во внешнем отношении повторяющий разлом между клерикальной и секулярной формами интеллектуального труда. Однако внутренний характер этого разлома совершенно иной, ибо он определяется диспозитивом истины, легитимируемым политической традицией. Историк философии становится политически ангажированным интеллектуалом. Его опыт – опыт политической активности, - предполагает также опыт философского порядка,

поскольку ему приходится отстаивать идеи и доктрины, представляющиеся ему истинными. В историко-философских текстах, таким образом, скрытно присутствует бинарная оппозиция «истинное/ложное», легитимируемая историческим дискурсом, но в действительности имеющая своим основанием дискурс политический.

Таким образом, история философии, претендующая на статус строгой науки, представляет собой коммуникативный дискурс, получающий форму от истории, а идеологическое содержание – от политической доктрины, которой придерживается историк философии. Личный опыт последнего имеет решающее значение для отбора и расположения материала. В работе историка философии имеет место эпистемологический разрыв между позитивной наукой, от лица которой он выступает, и действительной практикой принятия убеждений, определяющих теоретические выводы и имеющих много общего с церковной доксографией.

УДК 316.77, ББК 60.0

О.Ю. Яценко  
Oksana Iatsenko  
yatsenkoox@mail.ru

**Национальные и культурные предпосылки цифровизации в условиях  
глобального развития  
National and cultural background of digitalization in the context of Global  
development**

*Государственный университет управления (Москва)  
Moscow State University of Management*

Глобальный проект вышел на новый уровень развития – широкое использование цифровых технологий, внедрение которых должно учитывать национальные и социокультурные особенности общества, оптимизировать процессы социального управления, становится актуальным для современного общества.

Ключевые слова: глобальное развитие, национальный и культурный аспекты развития, цифровизация, инновация, философские аспекты социального управления, социальная и культурная трансформация общества.

The Global project has reached a new level of development – the widespread use of digital technologies, the introduction of which must take into account the national and socio-cultural characteristics of society to optimize the processes of social management, becomes relevant for modern society.

Key words: global development, national and cultural aspects of development, digitalization, innovation, philosophical aspects of social management, social and cultural transformation of society.

Современная ситуация в развитии глобальных проектов, которые должны вывести человечество на новый качественный уровень жизни за счет введения цифровых технологий является предметом изучения многих наук, в том числе гуманитарных. Если речь идет о неизбежном качественном скачке технологий, результатом которого становятся прорывные способы производства потребляемых человечеством товаров, оптимизация использования сырьевых и человеческих ресурсов в экономике, то вполне закономерно звучит вопрос: а что в этой ситуации будет делать сам человек? Какие виде человеческой деятельности станут

актуальными в ближайшие десятилетия, а какие – уйдут в прошлое? И как это повлияет на культурные паттерны? Необходимо напомнить, что подобные вопросы человечество задает, начиная с середины XIX века, когда первые результаты массовой революции в промышленном производстве кардинально изменили демографическую структуру индустриальных стран таким образом, что спустя несколько десятилетий численность людей, занятых в промышленной производстве, увеличилась, а количество аграрных рабочих сократилось. Вторым качественным скачком в изменении структуры экономики в странах, находившихся на острие индустриализации, была технологическая революция середины XX века, когда промышленные конвейерные производства стали заменять на автоматизированные, что освобождало большое число работников и послужило стремительному росту сервисных услуг. Произошла реструктуризация экономики развитых стран. Теперь – третий, цифровой скачок, , как его чаще всего называют, информационная революция [1].

При анализе научной литературы, посвященной информационному и инновационному процессу развития глобального общества проблема социального тезауруса и его влияния на инновации излагается преимущественно как ситуация субъект-объектного взаимодействия, где человек практически полностью контролирует процесс цифровизации различных сфер общественной жизни, управляет им. Перед нами предстает человек, осознающий важность и необходимость внедрения современных технологий, контролирующий процессы инновации и четко представляющий себе конечную цель перехода на новые цифровые технологии. Так ли это в действительности? Представления о полном контроле над вхождением в цифровую эпоху не учитывают того важного обстоятельства, что эти процессы не являются всеобъемлющими в глобальном смысле. Да, мы имеем интернет-технологии, да, современное развитие компьютерной техники воспринимается как естественное положение вещей. Но что является содержательным наполнением идущих изменений и как на это реагирует культура [2] и те социальные слои, где цифровизация не имеет эффекта, запланированного управляющими процессом организациями? Важно обратить внимание на те случаи, когда общества, либо социальные группы активно сопротивляются цифровому, информационному развитию по национальным, религиозным, культурным либо иным причинам. Проблема сохранения национальной и культурной идентичности в эпоху информационного общества ставит проблему не только сохранения объектов материальной культуры, но и включение в качестве критериев прогресса этических элементов культуры.

Литература:

1. Моисеев Н. Информационное общество: возможность и реальность/в кн.: Информационное общество: Сб. – М.: ООО «Издательство АСТ», 2004. С.428-451.
2. Калита С.П. Культурное наследие и идентичность. / Культура информационного общества и проблемы модернизации России. - Изд-во Моск. гуманит. ун-та, 2011. С. 240-249.

**«Селфи» как социокультурный и коммуникативный феномен в контексте теорий постмодернизма**  
**‘Selfie’ as Sociocultural and Communicative Phenomenon in Context of Postmodernism Theories**

*Российский государственный педагогический университет им. А.И.Герцена, Санкт-Петербург, Россия*

*St. Petersburg State Pedagogical University, St. Petersburg, Russia*

Феномен «селфи» рассмотрен не только как психологический, но и как социокультурный и коммуникативный феномен. Теоретики постмодернизма подчеркивали кризис идентичности, поиски новых форм самоидентификации в условиях виртуальной реальности консьюмеристского общества, дефицита «онтологической уверенности личности» -- переживания, характеризующего образ Я в мире как «индикатора» смысла, что во многом объясняет феномен «селфи».

Ключевые слова: феномен «селфи», постмодернизм, коммуникация, кризис идентичности, «онтологическая уверенная личность», поиск самоидентификации.

Keywords: psychological and socio-cultural phenomenon of ‘selfie’, postmodernism, communication, crisis of identity, ‘ontologically confident person’, search of self-identity.

This article deals with the psychological and socio-cultural aspects of the phenomenon of ‘selfie’, the analysis of the postmodernism philosophical and sociological literature on this topic.

Феномен селфи стал популярным в Интернет-пространстве с середины 2000-х гг.; в 2013 г. в Оксфордском ун-тет назвали ‘Selfie’ словом года. Автопортрет – это форма, представляющая собой выработанный сознанием образ, в основе которого лежит собственный опыт прошлого, настоящего и будущего. В переводе на русский язык ‘Selfie’ означает «самощелк», «фотографический автопортрет», размещаемый в социальных сетях представителями разных социальных групп, особенно молодежью. Первыми к осмыслению этого феномена обратились психологи, которые оценивают его неоднозначно: как форму психического расстройства, что признано в Американской психологической ассоциации, как новый уровень проявления нарциссизма (К.Топмсон, К.В.Ануфриева), как функциональный нарциссизм, позволяющий пользователю социальных сетей быстро встроиться в мировой поток данных (А.Н.Карр). Д.Килнер считает, что селфи позволяет человеку «фальсифицировать себя», редактировать свой образ в соответствии с самовосприятием. О.И.Одарущенко причисляет селфи к характеристике кризиса самоопределения, наиболее характерного для подросткового возраста, где фотографирование себя рассматривается как попытка осмыслить свое «Я». Д.Оуллет соотносит селфи с виртуальным аналогом материальных тотемов – сувениров, открыток, игрушек, которые соединяют внутренний мир с внешним и позволяют представить себя в более выгодном свете, чем есть на самом деле. Б.Худ полагает, что человек настолько привязан к современным технологиям, что смартфон и гаджет становятся искусственным продолжением тела человека. П.Рутледж понимает селфи как визуальную коммуникацию, поскольку портрет человека с определенным

выражением лица и в самом необычном контексте могут сказать гораздо больше, чем вербальный текст [См.: 3].

По нашему мнению, объяснение «селфи» как феномена массовой культуры не раскрывает его глубинный социокультурный смысл, который наиболее полно рассмотрен в философских и социологических теориях постмодернизма. Его представители (Э.Гидденс, Ж.Бодрийяр, Р.Барт, З.Бауман, Ф.Джеймисон и др.) подчеркивали такие социокультурные последствия постмодерна, как кризис идентификации, фрагментарность самоидентификации, новая культура имиджей и симулякров, избыток означающих (сенсорно воспринимаемая материальная форма знака), играизация как «религия успеха», неопределенность и незавершенность, эстетизация удовольствия и девиантных чувственных впечатлений, интерес к эзотерическому и пограничным ситуациям, неаутентичная реконструкция аутентичности, виртуальная реальность и др. [2, с.64-68]. Зарубежные социологи отмечали потребительство, индивидуализм, рефлексивность и влияние новых информационных и коммуникационных технологий в качестве важнейших индикаторов идентификации молодежи в странах Западной Европы [4, р.228].

Современный человек живет в виртуальной реальности, трагически переживает зыбкость границ между Я и миром, Я и Другим, болезненно воспринимает кризис идентичности, «размывание» Я в эпистемологическом (Я как центр познания), психологическом (Я как самость) и социальном (Я как самопрезентация) планах. В таких условиях у человека обостряется внутриличностный конфликт как переживание противоречивых отношений с внешней средой [1, с. 135], человек испытывает дефицит «первичной онтологической уверенности» -- переживания, характеризующего образ Я в мире как «индикатора» смысла (термин шотландского психолога Р.Д.Лэйнга) и обращается к самым немислимым селфи.

#### Литература:

1. Гнатюк О.Л. Основы теории коммуникации: учебное пособие. 2-е изд. М.: КНОРУС, 2012.
2. Гнатюк О.Л. Интерпретация феномена коммуникации в философии и социологии постмодернизма //Проблемы социокультурной и политической модернизации: человек, коммуникация, среда: Мат-лы VII межд. науч.-практ.конф., посвященной 210-летию СПбГЛТУ /сост. и отв. ред.: И.А.Федоров, А.Я.Донин.- СПб.: СПбГЛТУ, 2013.
3. Науширванова Р.Р., Ахмадеева Е.В. Психологические аспекты селфи // Современные научные исследования и инновации. 2016. № 12. URL: <http://web.snauka.ru/issues/2016/12/77112>.
4. XVI World Congress of Sociology. Abstracts. ISA 2006 Congress. The Quality of Social Existence in a Globalizing World.- Durban, S.A., 2006.

## **Цифровая реальность в сфере субъективного опыта** **Digital reality in the sphere of subjective experience**

*Санкт-Петербургский государственный университет<sup>1</sup>*  
*St. Petersburg state University*

*Санкт-Петербургский университет путей сообщения Императора Александра I<sup>2</sup>*  
*St. Petersburg University of railway transport of Emperor Alexander I*

Цифровая реальность, источником возникновения которой является имманентный опыт субъекта, все больше обретает автономное и самодостаточное существование. Этот объективный процесс обусловлен различными причинами, а именно активной динамикой и разнообразием субъективных интенциональных взаимодействий, конституированием объектов, общих для участников intersubjective мира.

Ключевые слова: цифровая реальность, субъект, имманентный опыт, интенциональность, intersubjectivity.

Digital reality which emerges for immanent experience increasingly obtains autonomous and self-sufficient existence. This subjective process is determined by various reasons, namely by active dynamics and diversity of subjective intentional interactions, constitution of objects which are common for participants of intersubjective world.

Keywords: digital reality, subject, immanent experience, intentionality, intersubjectivity.

Существенное свойство цифровой реальности состоит в устойчивой соотнесенности с субъектом, который делает возможным само ее существование. Какой бы глобальной и всеохватывающей она ни казалась в рамках имманентного опыта субъекта, цифровая реальность не может заслонить собой и тем более вытеснить мир физический. Однако ситуация, при которой этот имманентный опыт начинает активно множиться и разветвляться в бесконечной перспективе многообразных вариантов intersubjective взаимодействий, означает постепенное формирование ряда качеств, которые выходят за границу субъективного мира отдельных пользователей. Среди них выступают такие свойства, как автономность, самодетерминированность, интерактивность.

Сознание представляет собой единый поток интенциональных актов, непрерывно следующих друг за другом, сочетающихся друг с другом в синтетических связях различного уровня сложности и протекающих во всеохватном внутреннем времени субъекта.

Интенциональный акт, выявляя собою активную сознательную деятельность субъекта, вводит свой объект в имманентное поле переживаний, делая его таким образом частью сознания. Интенциональный объект акта переживания становится зависимым, поскольку коррелятивно связан с сознанием и не существует вне его. Субъект с очевидностью полагает существование данного интенционального объекта в сфере имманентного опыта и одновременно переживает несомненное существование самого сознания в целом.

Интенциональные акты различаются по видам в соответствии со способами данности сознанию своих интенциональных объектов: чувственные восприятия, воспоминания, воображения, умозрения, желания, оценки, интерес, эмоции.

Интенциональный объект всегда дан сознанию как значимый для него, переживается не только изолированно сам по себе, а также в открытом горизонте ряда предшествующих и последующих интенциональных актов. Единый имманентный опыт сознания развертывается в потоке сменяющих друг друга способов данности, а именно как определенный и неопределенный, созерцаемый и только предполагаемый. Интенциональные объекты также переживаются субъектом в различных бытийных модальностях, таких как действительные, возможные, сомнительные. Подобная демонстрация многообразных изменчивых способов данности интенциональных объектов приводит к устойчивой синтетической взаимосвязи, которая конституирует имманентный опыт субъекта в качестве единого и единственного, постоянно существующего для сознания.

Наряду с собственным примордиальным опытом субъект замечает другие психофизические структуры, имеющие независимое от него существование. В акте аппрезентации или аналогизирующей апперцепции субъект полагает других субъектов, обладающих подобной ему структурой сознания, хотя непосредственно ему недоступной. На основе коммуникативного опыта субъекты сообща формируют интересубъективный мир. В процессе различных вербальных и невербальных взаимодействий субъекты совместными усилиями конституируют общие для них интенциональные объекты, согласовывая и обогащая имманентный опыт каждого из участников интересубъективного мира. Цифровая реальность и есть выражение и воплощение этого устойчивого взаимодействия.

Нарастающий массив информационных возможностей и разнообразие интенциональных взаимодействий приобретает все большую самостоятельность в сфере имманентного опыта субъекта, подчиняя его своей логике и законам собственного существования, и обуславливает формирование особенных форм культуры и образования.

УДК 316.42, ББК 60.55.373

А.Н. Сошнев, Е.Б. Сошнева  
Alexander Soshnev, Elena Soshneva  
a.soshnev@spbu.ru, e.soshneva@spbu.ru

### **Справедливость как ключевая категория информационного общества Justice as a key category of the information society**

*Санкт-Петербургский государственный университет  
Saint-Petersburg state University*

Информационное общество создает новые возможности для развития человека и общества, изменения структуры производства и потребления. В новых условиях значение и содержание категории "справедливость" приобретает особое значение и становится ключевым.

Ключевые слова: справедливость, социальные цели, социальное здоровье, потребление.

The information society creates new opportunities for the development of man and society, changes the structure of production and consumption. In the new conditions, the meaning and content of the category "Justice" takes on special significance and becomes key.

Keywords: justice, social goals, social health, consumption.

В оценке состояния общества используются разнообразные показатели. Некоторые из них имеют количественные характеристики: валовой внутренний продукт, продолжительность жизни, уровень смертности. Другие показатели рассчитываются на основе социологических опросов и представляются в виде индексов: индекс счастья, уровень развития человеческого потенциала, индекс благосостояния и другие.

Справедливость в числе оценочных характеристик состояния общества занимает особое место. Она имеет различные смыслы и соответствующее содержание. Платон рассматривает справедливость как воздаяние должного каждому человеку [1,22]. Справедливость как мера равенства и неравенства в различных сферах общественной жизни проявляется в форме морали и нравственности; в экономике, где устойчивыми являются понятия справедливая стоимость, справедливая оплата труда; в праве – справедливость наказания; в политике – ответственность власти. Однако справедливость – относительное, динамическое понятие. Его содержание изменялось во времени в зависимости от общественного устройства. Справедливость – соответствие правилам и нормам, сложившимся в каждом конкретном обществе, поэтому в разных обществах и даже в разных стратах одного общества представления о справедливости могут отличаться.

Справедливость в крестьянской общине и сфере бизнеса – разные по формам и сферам проявления. Справедливость в военные и послевоенные периоды – в период Великой Отечественной войны и в послевоенный период – различна во взаимоотношениях между странами и блоками. Справедливость подчиняется тем или иным целям и используется как идеологический инструмент.

Д. Ролз предложил два замечательных принципа справедливости, которые в той или иной форме уже реализуются в общественной жизни:

Первый принцип. Каждый индивид должен обладать равными правами в отношении наиболее общей системы равных основных свобод, совместимой с подобными системами свобод для остальных людей.

Второй принцип. Социальные и экономические неравенства должны быть организованы таким образом, что они одновременно (а) ведут к наибольшей выгоде наименее преуспевших в соответствии с принципами справедливых сбережений и (б) делают открытыми для всех должности и положения в условиях честного равенства возможностей [2, 88].

Справедливость в соответствии с первым принципом определяется степенью свободы индивида, а второй принцип – взаимной выгодой. Д. Ролз совершенно справедливо указывает на то, что модели справедливости имеют разные основания. Причем эти модели могут строиться для разных сфер общественной жизни. В политике имеют место быть как силовая модель, так и договорная, в экономике чаще всего – утилитаристская и (или) договорная. В морали – интуитивистская модель.

Справедливость проявляется в непосредственной деятельности социальных агентов, составляющих общественную систему, т.е. социальных институтов и людей, их образующих. Именно деятельностью формируется система норм и ценностей и

механизмы, обеспечивающие контроль их формирования и исполнения. По сути дела социальные цели общества оказываются основанием для формирования норм и правил, необходимых для функционирования общества и, соответственно, для выбора модели справедливости. В советский период главенствовала силовая модель справедливости. В перестроечный период она была дополнена интуитивистской. В постперестроечный период – силовая модель вновь оказалась господствующей. Это объективно обусловлено как внутренним состоянием общества, его правовых, экономических, политических институтов, так и внешними условиями.

Отдельные отграниченные общества функционируют в условиях дефицита ресурсов, это предполагает конкуренцию, неравенство и соответствующее представление о справедливости. Разве является справедливым то, что отдельные государства обладают разными объемами природных богатств, расположены в разных природно-климатических зонах, различной численностью населения? Это – исторически сложившиеся обстоятельства, а потому справедливость и её модели следует рассматривать здесь и сейчас как не только оценочную характеристику, но и как инструмент обеспечения эффективного функционирования общества, причем вне зависимости от того, какая из моделей справедливости выбирается обществом.

В лучшем случае в оценке справедливости могут быть использованы показатели неравенства по душевому доходу, показатели уровня девиации и другие, отражающие расслоение общества. Но общество объективно не может быть однородным. В нем сохраняются полодемографические, профессионально-квалификационные, этнокультурные, пространственно-географические, поселенческие и другие различия.

У общества, вне зависимости от его социально-политического устройства, имеется целевая функция самосохранения. Для её оценки мы предлагаем введение показателя – социальное здоровье общества, как обобщающей характеристики выполнения данной целевой функции общества [3, 22-24]. Справедливость выступает одним из факторов социального здоровья общества, включенным в механизм его функционирования. Процессы общественного развития имеют волнообразный характер, это убедительно доказано в многочисленных исследованиях. На отдельных этапах темпы и направления развития выбираются в соответствии с конкретными обстоятельствами, определяемыми условиями конкуренции как на мировой арене, так и внутри общества. Обеспечить условия устойчивого роста – главная цель стабильно функционирующего государства. При этом само представление об устойчивом росте требует пояснения. Функционирование общества определяется объективными социальными законами, главный из них – закон постоянно возрастающих потребностей [4, 61-64]. Его нарушение приводит к тому, что общество переструктурируется, изменяет свое социальное устройство.

Социальное здоровье общества как его обобщающая характеристика предполагает уточнение понятия «социальное». Социальные отношения – особый тип отношений. Широко распространенная позиция, что социальные отношения представляют собой микс всех общественных отношений, ничем не доказывается. Все общественные отношения есть сама человеческая деятельность, которая имеет

свойство целесообразности. А различаются общественные отношения по предмету, цели, объекту, по поводу которого совершается эта деятельность.

Социальные отношения – отношения по поводу человека как ценности, а последняя определяется уровнем развития его потребностей. Жизнедеятельность общества – это процесс формирования и удовлетворения потребностей людей. Их сохранение в широком смысле и есть условие сохранения общества. Общество выражает своё отношение к человеку по-разному. В экономике – человек как носитель рабочей силы оценивается по способности создавать экономически значимый продукт. В культуре – как субъект, создающий образцы, поддерживающие устойчивость общества. В истории – как факт, в праве – как субъект, способный вступать в договорные отношения. В социологии специфика отношений состоит в том, что общество относится к человеку не по его «полезности», а, напротив, наделяет его соответствующим потребительским полем.

Потребительское поле общества включает два элемента: личное потребление и институциональное потребление. В социологии и экономике личное потребление исследуется уже давно и достаточно успешно. Иначе дело обстоит с потреблением институциональным. Оно фактически не исследуется, не смотря на то, что доля общественного, направленная на институциональное потребление, по нашим расчетам более чем в 4 раза превышает долю личного потребления.

Соотношение личного потребления и институционального характеризует уровень демократичности общества, поскольку демократия заключается в свободе для развития и удовлетворении потребностей. Необходимо заметить, что в нашем исследовании речь идет о сбалансированных материальных потребностях, обеспечивающих гармоническое развитие человека.

Социальное здоровье как обобщающий показатель состояния общества и его элементов может быть представлен в виде факторной модели, элементами которой выступают социальная продуктивность общества, уровень культурного развития, историческая память и коммуникативное развитие общества. Социальная справедливость внутренне присуща каждому из факторов социального здоровья, играет роль мультипликатора в данной функции. Цифровизация общества требует качественно нового подхода к справедливости и её функциям. Она становится инструментом, регламентирующим доступ к информации, а, следовательно, к новым технологиям и условиям развития. Информация – продукт деятельности людей, в отличие от природно-климатических условий. Её производство и распределение, обмен и потребление на условиях справедливости становится ключевым основанием функционирования информационного общества.

Литература:

1. Платон. Государство. – М.: ООО: «Иглмакс Эдишинз», 2012. С. 22.
2. Ролз Д. Теория справедливости. – Новосибирск, 1995. С. 88.
3. Сошнев А.Н. Социальное здоровье в социальных целях гражданского общества //Социальное и пенсионное право. 2013, № 2. С. 22-24.
4. Сошнев А.Н. Структура социальных законов //Вестник СПбГУ. Серия 6: Социология, международные отношения. 2000, № 3. С. 61-64.

**О модернизации и коммуницировании марксизма в социуме**  
**On the modernization and communication of Marxism in society**

*Институт вычислительной математики и математической геофизики СО РАН, г. Новосибирск*  
*Institute of Computational Mathematics and Mathematical Geophysics (ICMMG) of Siberian Branch of*  
*Russian Academy of Sciences (SB RAS),*  
*Novosibirsk, Russia*

Данная статья посвящена обоснованию необходимости полной теоретической модернизации марксизма. Для системной иллюстрации разделов марксизма и связанных с ним дисциплин социальной теории и практики использована метафорическая модель в виде слона и частей его организма.

Ключевые слова: марксизм и его разделы, капитализм, социализм, оптимализм, социальная теория и практика

This article is devoted to justifying the need for a full theoretical modernization of Marxism. For a systemic illustration of the sections of Marxism and related disciplines of social theory and practice, a metaphorical model in the form of an elephant and parts of its body is used.

Keywords: Marxism and its sections, capitalism, socialism, optimalism, social theory and practice

**Идея** этой статьи продиктована схематическим метафорическим представлением о марксизме и смежных с ним течениями социальных наук и практик в виде модели «туши слона» с частями его организма. Это – интерпретация известной притчи, по которой слепые, подведённые к слону, по-разному судили о его форме в зависимости от того, к какой части его организма им довелось прикоснуться.

**В статье приняты** следующие сокращения: **МЛФ** = марксистско-ленинская философия СССР и КПСС на 1991 год; **ЧССП** = частная собственность на средства производства (**СП**) с использованием труда наёмных работников (= пролетариев физического и умственного труда), с получением прибыли (из разных источников, включая **ПР** = природные ресурсы).

Марксизм, шире - марксизм-ленинизм = марксистско-ленинская философия (МЛФ), сохранил свою актуальность. Сверхзадача МЛФ – убедительное обоснование для пролетариата необходимости, возможности, стратегии и тактики революционного преобразования капиталистического общества в социализм. Решая эту Сверхзадачу, Маркс, Ленин и другие действовали в большей мере как практики политики, нежели как строгие учёные. Как говорил Геббельс, пропаганда требует упрощения. А МЛФ служила для большевиков, в первую очередь, как пропагандистское оружие, предназначенное для убеждения эксплуатируемых малообразованных масс и поднятия их на вооружённую борьбу. Именно таким образом (за исключением «Капитала» Маркса), видимо, и создавался теоретический багаж МЛФ. Обществоведы СССР, с одобрения генсеков, ни теоретически, ни методологически почти не развивали МЛФ. Во-первых, их и так хорошо обеспечивали за ничегонеделание по изображению доработки МЛФ как «творческого развивающегося учения»; а, во-вторых, над ними ещё висел страх репрессий за неосторожные «оппортунизм» и «ревизионизм».

Данная статья посвящена обоснованию необходимости полной теоретической модернизации марксизма.

**Основой этой статьи** является мой устный доклад, сделанный на одной из секций 5-го Российского философского конгресса «Наука. Философия. Общество» (Новосибирск, 25-28 августа 2009 г.), а также тезисы этого доклада [1].

Плакатная часть устного доклада, сделанного на этом конгрессе 28.8.2009 в НГУ, имела следующий вид.

#### **ЧАСТИ «СЛОНА»:**

1 (нога слона) – политэкономия капитализма – не «рынка» (требуется переработки)

2 (нога) – исторический материализм (требуется переработки)

3 (нога) – утопические социализм и коммунизм (требуется переработки)

4 (нога) – учение о компартии, партиях, движениях, о социалистической революции, о «демократии», «диктатуре» - пролетариата или компартии (требуется переработки)

5 (ухо) – материализм – что за ощущениями?, чьими?, что первично?, что из «-змов» есть религия (эпистимологически), а что – нет? (требуется переработки)

6 (ухо) – диалектика – категории, «законы» (требуется переработки)

7 (сердце) – учение о «социальной справедливости» (требуется переработки)

8 (желудок) – политэкономия социализма с ориентацией на удовлетворение «растущих» (?) потребностей трудящихся (требуется переработки)

9 (хобот) – теория «коммунизма» (=?) (требуется переработки)

10 (грудь) – социалистические (и подобные) режимы Кубы, КНДР, Венесуэлы, Китая, Вьетнама, Беларуси

11 (бивни) – левый терроризм, анархизм, акционизм, пикеты, протесты = антиленинский тупик

12 (мозг) – **оптимализм** - обобщающая, исправляющая и развивающая марксизм теория с концепциями: методологии знаний, аксиологии, менталитетов, историософии, госстроительства, наукокрации с цензурой от науки, радикального научного атеизма, матмоделирования, регион-моделей, сепаратизма и юнионизма, демоселекции, педцентров (разрабатывается © В.А. Сергеевым)

13 (хребет) – МЛФ позднего СССР с основами: государственная (в основном) собственность на СП и ПР при запрете на ЧСП, госплан, госкомтруд, госкомцен, баланс отраслей, приоритет отечественного производства, социальное обеспечение нуждающихся, запрет на тунеядство, наука и атеизм против религий и мистик, **но** – с закосневшим догматическим марксизмом, двойной моралью, без политических и информационных свобод, с нравственным разложением (главное – аппаратчиков КПСС), с имитацией демократии

(при диктатуре парткомов КПСС над Советами с их самовоспроизведением кооптацией)

14 (хвост) – строй России: эклектичная социал-демократия Горбачёва → диктатура капитала под маской демократии (олигархов Ельцина и силовиков Путина)

15 (гениталии) – антиленинская идеология КПРФ: за допуск мелкой и средней ЧСП, не за Советы без буржуев, за русско-националистический шовинизм, за дутый патриотизм, за религиозность (с приоритетом православия), за имперскость (неделимость внутри и захваты снаружи), за ликвидаторство, с интеллектуальной ограниченностью, за Сталина без его критики, с антисемитизмом

16 (анус) – кровавый, подлый и тупой антиленинский режим Сталина

17 (фекалии) – идеологии религий, мистик, буржуазии, бандократий – внемарксистские, антинаучные, антикультурные, лживые, грабительские

**ТМ** = традиционный марксизм МЛФ = **13** = { 1 + 2 + 3 + 4 + 5 + 6 + 7 + 8 + 9 }

**НМ** = неомарксизм = **12** ◀ **13**

**Текст тезисов моего доклада «Неомарксизм» [1],** остающихся актуальными до сих пор, таков.

Актуальность и востребованность марксизма очевидна. Происходящий в мире экономический кризис становится социальным, перерастая в ряде стран в политический и уменьшая привлекательность капитализма. Однако традиционный марксизм (**ТМ**) и его версии содержат принципиальные ошибки. В данном докладе содержатся идеи их исправления и создания неомарксизма (**НМ**), основанные на работах автора по этой теме с 1989 года на базе методов искусственного интеллекта. Разработанные мною **основные положения НМ** таковы.

В области политэкономии. **1.** Строго доказывается **теорема-1:** количество теоретически возможных и практически реализуемых форм собственности (ФС) на средства производства (СП) бесконечно (в отличие от принятых в ТМ четырёх форм – государственной, частной, коллективной и личной). **2.** Доказываются теоремы о наличии экономической эксплуатации (НЭЭ): **теорема-2** - НЭЭ не зависит от ФС на СП (оно возможно при любой из них); **теорема-3** - НЭЭ зависит от принятого законодательно «справедливого» способа распределения прибыли между государством, собственником СП и наемными работниками; **теорема-4** - НЭЭ зависит от «справедливых» оценок труда, в частности, продуцирующего научно-технические и управленческие идеи, в том числе - труда собственника СП по эффективному вложению капитала. **3.** Строго доказана **теорема-5** о том, что из наличия частной собственности на средства производства (ЧСП) однозначно не вытекает НЭЭ наемных работников собственниками СП. **4.** Доказана **теорема-6** о том, что источником прибыли предприятия ("прибавочной стоимости"), помимо "недоплаты" труда наемных работников (по Марксу), не в меньшей степени может

являться "недоплата" использования других СП, ПР, а также «административного ресурса».

В области исторического материализма. **1.** В качестве «менталитетной надмодели» для социума (более важной, чем модельное выделение в социуме классов эксплуататоров и эксплуатируемых) введено деление членов социума на «ведущих» (лидеров власти – всех её ветвей и уровней, собственников ЧССП, главных СМИ, «силовики», криминальных структур) и «ведомых» (наёмных работников и иждивенцев). **2.** Доказана **теорема-7** о том, что при наличии ЧССП в социуме НЭЭ определяюще зависит от качества и соотношения менталитетов ведущих и ведомых. **3.** Из теоремы-7 вытекает **следствие-1:** классы эксплуататоров и эксплуатируемых, выделенные в ТМ, не столь важны, как классы ведущих и ведомых, выделенные в НМ. **4.** Строго доказывается **теорема-8** о том, что между "чистым социализмом" и "чистым капитализмом" существует бесконечное количество переходных общественно-экономических моделей (способов производства, а значит и формаций). **5.** Строго доказана **теорема-9** о том, что количество общественно-экономических способов производства (а тем более, формаций) равно бесконечности (а не 5, как в марксизме). **6.** Строго доказана **теорема-10:** капитализм не всегда хуже социализма.

В области научного коммунизма. **1.** Вводится краткое, но конструктивное определение-коммунизма (К), отличное от его аналога в ТМ. **2.** **Следствие-2** из него: главной проблемой реализации К является особое воспитание детей. **3.** Для решения проблемы, указанной в следствии-2, разработана **Технология-1.** **4.** **Следствие-3** из определения К: для реализации К (вопреки ТМ) допустима материально-техническая база любого уровня. **5.** Доказана **теорема-11** о том, что в рамках государства с любым строем возможны коммунистические сообщества.

В области диалектического материализма [2, 3]. **1.** Доказана **теорема-12:** определение «материи» через «реальность» в ТМ столь же неопределённо и гипотетично, как любой идеализм. **2.** **Следствие-4** из теоремы-12: для марксизма необходим позитивистский отказ от материализма, идеализмов и дуализмов (тем более – от религий!) – бесполезных или вредных для НМ. **3.** Доказана **теорема-13** о том, что «законы» диалектики (ЗД) не являются законами. **4.** Доказана **теорема-14** о том, что для каждого из трёх известных ЗД, доформулированных до статуса закона, существует обратный по смыслу и формулировке закон, обладающий не меньшей практической реализуемостью и значимостью, чем прямой. **5.** Доказана **теорема-15** о том, что количество возможных моделей "всеобщего движения и развития" в природе и обществе, аналогичных ЗД, бесконечно. **6.** Доказана **теорема-16** о том, что перечень категорий диалектики (т.е. ее основных терминов и понятий) не полон и не замкнут, а также указаны пути его пополнения. **7.** Доказано **следствие-5** о том, что практическая значимость ЗД близка к нулю. **8.** Доказано **следствие-6** о бесполезности или вредности диалектики для НМ.

Литература

1. Сергеев В.А. Неомарксизм // Наука. Философия. Общество: Материалы V Российского философского конгресса. Том 3. Новосибирск: Параллель, 2009. – 496 с. - Стр.140-141.

2. Сергеев В.А. Онтология и гносеология неомарксизма // Актуальные проблемы гуманитарных и социальных исследований: Труды всероссийской конференции . Новосибирск: ИФиП СО РАН, 2007, стр. 99-103.
3. Сергеев В.А. Лом диалектики // Актуальные проблемы гуманитарных и социальных исследований: Труды всероссийской конференции . Новосибирск: ИФиП СО РАН, 2008, стр. 94-99

УДК 004(09), ББК 32.81 г

Е.А.Беседина, А.Н.Мичурин  
Elena Besedina, Aleksei Michurin  
e.besedina@spbu.ru, [a.michurin@spbu.ru](mailto:a.michurin@spbu.ru)

## **Проблемы формирования информационного общества в современной России Problems of formation of information society in modern Russia**

*Санкт-Петербургский государственный университет  
St. Petersburg University*

Статья посвящена рассмотрению вопросов формирования информационного общества в России в XXI веке. Информационное общество - социальная система, в которой производство товаров и услуг существенно зависит от сбора, хранения, обработки и передачи информации. В информационном обществе преобладает третичная сфера (после сельского хозяйства и промышленности) услуг, где ведущую роль приобретает наука и образование. Развитие информационного общества имеет как огромный позитивный потенциал, так и определенные риски, которые необходимо своевременно выявлять, изучать и анализировать. Главная цель построения глобального информационного общества - улучшение жизни людей, создание условий для их максимальной самореализации. Рассматриваются и другие частные проблемы, стоящие перед Российской Федерацией в XXI веке.

Ключевые слова: информационное общество, глобализация, концепция формирования информационного общества, Российская Федерация

Article is devoted to consideration of questions of formation of information society in Russia in the XXI century. Information society - social system in which production of goods and services significantly depends on collecting, storage, processing and information transfer. In information society the tertiary sphere (after agriculture and the industry) services where the leading role is got by science and education prevails. Development information society has both the huge positive potential, and certain risks which need to be revealed, studied and analyzed in due time. A main goal of creation of global information society - improvement of life of people, creation of conditions for their maximum self-realization. Also other private problems facing the Russian Federation in the XXI century are considered.

Key words: information society, globalization, concept of formation of information society, Russian Federation.

Активным участником процесса формирования информационного общества в современном мире является и Россия. Современный этап развития российского общества можно характеризовать как переход от индустриального к информационному. Д.Белл в предисловии к русскому изданию своей книги «Грядущее постиндустриальное общество», написанное еще в 1998 г., так высказался о постиндустриальных шансах России: «Если бы она достигла внутренней стабильности и избежала разорительных этнических конфликтов и гражданских войн, она была бы готова вступить в постиндустриальный век раньше, чем любая другая страна» [1]. Российский путь к информационному обществу определяется, как и для других стран, ее сегодняшними политическими, социально-экономическим и социально-культурными особенностями [2]. К таким особенностям можно отнести недостаточно высокий (по сравнению с развитыми странами) уровень развития

информационно-коммуникационной инфраструктуры и промышленного производства информационных средств, продуктов и услуг; отсутствие у государства средств для их модернизации и расширения; сравнительно дешевая интеллектуальная рабочая сила, которая способна ставить и решать сложные научно-технические проблемы. Развитие российских телекоммуникаций всех видов идет опережающими темпами по сравнению с другими областями экономической деятельности, что позволяет рассчитывать на успешное формирование инфраструктуры предоставления населению информационных и коммуникационных услуг [3].

В этих условиях возможны два варианта перехода России к информационному обществу [4].

Первый вариант - повторение того пути, который уже пройден или проходимся другими странами, в основном, европейскими. Он требует значительных капитальных вложений, достаточно короткий по времени (не более 7-10 лет до выхода на среднеевропейский уровень информатизации при условии 2-3% темпа экономического роста). Скорость движения по такому варианту будет обеспечиваться выделенными средствами (не менее 5-7% ВВП).

Второй вариант - нахождения пути, ориентированные на чисто российские критерии и характеристики качества жизни, социально-культурные особенности и требующие в сегодняшних социально-экономических условиях лишь минимальных капиталовложений со стороны государства. Однако он требует хотя бы минимальных темпов экономического роста, политической стабильности в обществе и политической воли исполнительной и законодательной власти, поставивших перед обществом задачу перехода к информационному обществу как задачу высокого приоритета [5].

Основой российского пути должны быть:

1. Информатизация всей системы общего и специального образования - от детского сада до окончания высшей школы и последующих форм подготовки и переподготовки специалистов; повышение роли квалификации, профессионализма и способностей к творчеству как важнейших характеристик человеческого потенциала.

2. Формирование и развитие индустрии информационных и коммуникационных услуг, в том числе домашней компьютеризации, ориентированной на массового потребителя.

3. Обеспечение сферы услуг духовным содержанием, отвечающим российским культурно-историческим традициям, в том числе организация мощного русскоязычного сектора в Интернете.

Решение этих трех масштабных, исторических для России, задач будет означать реальное превращение информации знаний в подлинный ресурс социально-экономического и духовного развития [6]. В целом по общему объему информационных ресурсов Россия занимает весьма достойные позиции в мире, однако, их качество и структура, а также степень использования, отстают от современных потребностей.

Формирование единого информационного пространства страны и развитие информационного общества является необходимым условием интеграции России в мировое сообщество не в качестве сырьевого придатка, а как равноценного партнера [7]. Информационное общество не только имеет положительные стороны, но и сохраняет все проблемы, которые были характерны для предыдущих этапов развития человеческой цивилизации, и порождает новые. Проблема информационного

неравенства для России с ее обширными территориями является наиболее актуальной проблемой перехода к информационному обществу [8].

Литература:

1. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования. М.: Academia, 2004. 944 с.
2. Концепция формирования информационного общества в России // Информационное общество. 1999. №3. С.3-11.
3. Дегтярева Р.В., Мичурин А.Н. Отечественная история. История информационной революции и информационного общества. СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2010. 86 с.
4. Хартия глобального информационного общества (Окинава) // Дипломатический вестник. 2000. № 8. С. 51-56.
5. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. М.:ГУ ВШЭ, 2000. 458с.
6. Балугев Д.Г. Информационная революция и современные международные отношения: Учебное пособие. – Нижний Новгород: ННГУ, 2000. 107 с.
7. Мичурин А.Н. Проблемы становления информационного общества в России в XXI веке // Петербургская весна культуры: материалы XIV международного форума. 19-20 мая 2016 СПб.: Изд-во Политех.ун-та, 2016.С. 9-16.
8. Мельник Л.Г. Социально-экономические проблемы информационного общества. М., Изд-во: Университетская книга, 2005. 430 с.

УДК 316.422.44, ББК 60.0

М.В. Блохина, Л.Г. Григорьев  
Marina Blokhina, Leonid Grigoryev  
bmvstu@mail.ru; grig1969@rambler.ru

## **Политические последствия компьютерной революции Political Consequences of Computer Revolution**

*Тверской государственной технической университет  
Tver State Technical University*

Анализируется влияние информатизации на политическую сферу жизни общества, рассматриваются особенности политического процесса в информационном обществе, показана амбивалентность политических последствий компьютерной революции.

Ключевые слова: компьютерная революция, информационное общество, политическая система.

The article analyzes the influence of informatization on the political sphere of society, discusses the features of the political process in the information society. The ambivalence of the political consequences of the computer revolution is shown.

Keywords: computer revolution, information society, political system.

В современном социально-гуманитарном знании прочно утвердились представления о компьютерной революции как факторе радикальных изменений, охватывающих все сферы жизни социума. Еще в конце прошлого века трансформации общественной жизни под влиянием распространения компьютерной техники и информационных технологий стали предметом глубокой философской рефлексии [3].

Компьютерная революция, порожденные ею процессы информатизации привели к становлению нового типа общества, наступлению эпохи постиндустриализма. На протяжении нескольких десятилетий западные футурологи (Д. Белл, О. Тоффлер, М. Кастельс) рисовали образы наступающего информационного общества, пытались предвидеть и осмыслить контуры нового социального организма. Эффекты компьютерной революции сказываются во всех подсистемах социума. В экономической подсистеме формируется цифровая экономика, важнейшим товаром

становится информация, на первый план выходят сферы услуг и IT-технологий. Меняется социальная структура общества, в которой привилегированное положение занимают сообщества, связанные компьютерными технологиями. Глубокие изменения затрагивают сферу культуры, которая все более приобретает виртуальный характер.

Особенно сложными и противоречивыми представляются политические последствия компьютерной революции. Информатизация порождает как позитивные, так и негативные воздействия на мир политики. Двумя противоположными полюсами информационного воздействия на политический процесс выступают образы «компьютерного тоталитаризма» и «электронной демократии». Наступление компьютерного тоталитаризма связывается с использованием информационных технологий для установления всеохватывающего контроля над личностью, масштабными манипуляциями общественным сознанием, «зомбированием» граждан электронными СМИ.

Концепция электронной демократии получила распространение на фоне кризиса классической представительной демократии, проявляющегося в распространении массового абсентеизма не только в России, но и в развитых западных демократиях. В этих условиях очень привлекательна сложившаяся еще в древних Афинах модель прямой демократии, модернизированная с учетом новейших компьютерных технологий. Перспективы электронной демократии как в зеркале отражают общую амбивалентность политических эффектов компьютерной революции. Показательно, что по мере институционализации электронной демократии подобные оценки не ослабевают, а связанные с ее распространением риски постоянно возрастают. Если, например, в начале 1990-х годов Р.В. Цвылев только фиксировал первые признаки зарождения электронной демократии и соотносил их с идеями Дж.Оруэла [4, с.178], то в новейших публикациях дается детальный анализ «плюсов» и «минусов» компьютерной демократии [2], подробно разбираются противоречия использования Интернет-технологий в российском политическом процессе [1].

Очевидно, что двойственность возможных политических эффектов информатизации общества сохранится в обозримом будущем, а реализация тех или иных сценариев во многом будет зависеть от воли правового государства, готового противостоять компьютерным злоупотреблениям в политической сфере; от зрелости институтов гражданского общества, структур «третьего сектора», призванных обеспечить общественный контроль; от политической активности и социальной ответственности свободных граждан, являющихся главными акторами политического процесса в информационном обществе.

Литература:

1. Ганский П.Н. Интернет-технологии в российском политическом процессе // Теория и практика общественного развития. 2015. № 18. С. 164-167.
2. Лаврик Н.В. Электронная демократия: проблемы и перспективы развития в России // Вестник ЗабГУ. 2015 №1. С.80-88.
3. Ракитов А.И. Философия компьютерной революции. М.: Политиздат, 1991. 287 с.
4. Цвылев Р.И. Постиндустриальное развитие. Уроки для России. М.: Наука, 1996. 206 с.

**Политический миф как коммуникативные практики социума**  
**Political myth as communicative practices of the society**

*Национальный исследовательский технологический университет «МИСиС»*  
*The National University of Science and Technology MISiS*

Возрождение мифа в двадцатом веке как реакция массового сознания на социальные и гуманитарные катастрофы и использование мифа идеологическими институтами социума как политической идеологии и политической технологии в условиях общества, находящегося в состоянии социального и политического дисбаланса

Ключевые слова: политическая идеология, политическая технология, миф, политический миф, коммуникативные практики, массовое сознание, архаические структуры, вербальная коммуникация, прусская консервативная революция

Revival of the myth in the 20th century as a reaction of mass consciousness to social and humanitarian disasters and the use of myth by society's ideological institutions as a political ideology and political technology in a society in a state of social and political imbalance.

Keywords: political ideology, political technology, myth, political myth, communicative practices, mass consciousness, archaic structures, verbal communication, the Prussian conservative revolution

Освободившийся от суеверий и предрассудков прошлого, построивший регулирующую экономику и политику, овладев рациональной критикой религии, человек забыл о мифах, мешавших ему и связывающих с прошлым (но миф не забыл человека). Текущий и многоликий, как Протей [1. с. 460], миф сохранился в формах массового сознания двадцатого века - политических теориях и практиках политической борьбы, помогая человеку превращать исторические процессы в природно-вечные и ясные [2. с.307], поэтому человек к мифу вернулся: «искусно созданные мифы, призванные придать вид реальности тем надеждам, которые воодушевляют наше поведение» [3. с. 56]. О возврате к мифу в двадцатом веке активно заговорили: Жорж Сорель в 1906 году и Эрнст Кассирер в 1946 году. Кассирер связал обращение человека к мифу с поражением рационального мышления в конкретных социальных условиях, невозможностью рационального осмысления происходящего, миф – это фиксация универсальных и устойчивых связей человека и мира в конкретно-чувственных образах, повествование, слово, коммуникативная система и обобщенный опыт рода. Мышление актуализирует архаические структуры организации реальности и миф как образ «организованной» реальности оживает. Коммуникативная функция мифа предоставляет человеку не столько знания о мире, сколько знание о правильном поведении, убеждениях, нормах морали, задает стереотипы и алгоритмы поведения. Описывая востребованность в массовом сознании архаических форм, в условиях, казалось бы, культа разума и науки, Сорель и Кассирер объяснили не просто востребованность мифа, но превращение его в важнейший элемент идеологии, «потребляемый» массами.

Осознание возможности «планируемой» архаизации сознания политическими лидерами стало очевидным после первой мировой войны и превращение мифа в важнейший элемент идеологии происходило целенаправленно (сверху), и стихийно (снизу): войны и революции способствовали этой архаизации сознания, которое

обратилось к выработанным культурой архаическим формам, реализованным в мифе. Политический миф – носитель идеологических функций, подающий политические события в необходимой мифотворцу интерпретации, повествование о политических событиях и политических лидерах, о политической истории и политических системах. Политический миф, осуществляющий коммуникативную функцию в политической идеологии, по большей части, внедряется в сознание «сверху», адаптируется в идеологии и проникает в массовое сознание благодаря своей стереотипности, шаблонности, образности, «простоте» в описании сложного мира. Политическая маркировка социальных процессов, событий, лиц политическим мифом – один из многочисленных видов политического воздействия на индивида и массы, необходимых для внушения политических убеждений, миф заставляет занять определенную политическую позицию [4]. Меньшая прочность рациональных форм организации мира в сознании человека, чем внерациональных, отказ от рационального представления о мире и обращение к мифу [4. с.72], предполагает сознательные усилия философов и политиков на увеличение архаизации сознания. Политический миф как политическая технология и политическая идеология появился в двадцатом веке, веке массовых социальных фрустраций, вызванных гуманитарными катастрофами, и наиболее ярким примером стала Германия после 1918 года. Хотя практические усилия по созданию политического мифа в Германии предпринимались до первой мировой войны: «объединить» немецкую нацию для укрепления Империи, идеология прусской консервативной революции начала складываться в последний период первой мировой войны и после версальского мира. Свое трагическое поражение Германия связывала с предательством стран «Заката». Годы с 1914 по 1933 для Германской империи, Веймарской и пост-веймарской республики это: от «оборонительной войны» Германии и идеологии «молодых народов, лишенных территорий»: «война обещала нам все: величие, силу, торжество» [5.с.35], после Ноября 1918: «у нас больше не было Отечества, которым мы могли бы гордиться» [6. с.688], и - 1933 год - «Игра в кости за мировое господство началась... Не должны ли между ними быть и немцы?» [7.с.109]. Изменения в Германии были катастрофические – Революция, отречение кайзера, Версальский мир (контрибуция, репарации, содержание оккупационных войск и запрет на большую армию, передел колоний, территориальные потери), два сильнейших экономических кризиса с безработицей на пиковых значениях от 30 до 44%, два путча – левый и правый, большие людские потери, обнищание и разорение большого количества бюргеров, политическая нестабильность [8,9]. К началу 20-ых годов немецких идеологов «что делать?» и «кто виноват?» стало немало, но первым, и по значительности мысли, и по своевременности пророчеств стал Освальд Шпенглер, предложивший коммуникативные практики по «воспитанию» единой прусской нации. Как «методолог» неумолимой судьбы-рока в истории, пророк, предсказавший мировую катастрофу, Шпенглер в 20-ые годы был самым известным философом (и модным), востребованным в Германии. В начале 20-х Германия начинает поворот к авторитаризму, НСДАП начинает использовать легальные политические технологии.

И сложно понять, насколько «виноваты» Меллер ван ден Брук и Шпенглер в материализации идей «прусской консервативной революции», о которой они говорили с 1918-20 годов, хотя к 1929-30 году ван ден Брука уже не было в живых, а Шпенглер начал отходить от политической деятельности. Происходящее в Германии между войнами показывает, как новые технологии коммуникации, возникшие именно тогда, начали изменять сами коммуникации: Шпенглер и ван ден Брук – люди слова и текста – еще видят только вербальные: письменные и речевые возможности коммуникации – для себя, но уже «последователи» - А. Розенберг, Э.Крик, Й.Геббельс и прочие используют не текст, но материальные средства коммуникации: помимо разного рода СМИ, массовые мероприятия, ритуалы (песни, форма, праздники), материальные образы мифа – знамена, значки, портреты лидеров; текст становится не главным, речь перестает быть текстом, становится ритуалом, приобретая сакральность – главное качество мифологизирующих манипуляций. Да и сами вербальные технологии коммуникации, становясь именно технологиями, начинают изменяться: проделанная Шпенглером в «Закате» мифологизация рационального познания, особенно познания исторического, в политических работах, наоборот, становится демифологизирующей, ремифологизирующей деятельностью автора мифа о единой прежде Германии и ее «золотом веке» - это уже не миф о Фридрихе Великом – это История как научное знание, «как оно было на самом деле». Упрощение сложного и противоречивого мифологического космоса, подготовка его для политических лидеров, для массового сознания реализуется «политическими» философами, идеологами и экспертами, на последнем этапе производства мифа, еще более упрощающем его, подключаются «писатели» и журналисты. Идеи философов не готовы стать мифами, они сложны, противоречивы, требуют рационализации и понимания. Идеология, упрощающая миф, сама существует, прежде всего, в форме мифа, либо явного, либо сциентизированного. Поиски «новой старой» идеологии в Германии после Ноября для разрушенной и потерянной нации, начались после публикации Шпенглером «Политических произведений» и «Третий Рейх» Меллера ван ден Брука, оказавшихся слишком сложными в качестве мифов. Идеи разработчиков «прусского социализма» и «прусской консервативной революции» упрощались и трансформировались в расово ориентированные мифы, предпринимались серьезные усилия для упрощения и самого потребителя (Шпенглеровский сборник «Gedanken»). «Шпенглер был пророком зла, новые же политические вожди стремились породить в своих последователях самые неумеренные надежды. Шпенглер говорил об упадке Запада, тогда как другие теоретики – о покорении мира германской расой. Это явно разные подходы. К тому же Шпенглер не питал личных симпатий к нацистскому движению. Правда, он был консерватором, почитателем и восхвалителем старых прусских идеалов. Но программа создания новых людей не привлекала его. И тем не менее произведение Шпенглера стало одним из первых изложений идей национал-социализма» [10. с.18]. Если Кассирер приписывает главную роль в создании политического мифа первому тому «Заката Европы», то для идеологов, занявшихся воссозданием Империи как

третьего рейха, наиболее значительны стали политические публикации Шпенглера. Шпенглеровская политическая концепция, создаваемая им после ноябрьской революции, делала упор на прекрасное прошлое пруссаков, объединенных традициями чести и служения, долга и Родины, Шпенглеру была не нужна та архаизация сознания, целенаправленно выстраивающаяся в Германии с 1923 года. Скорее он полагался на «традиционное» воспитание, возвращение к довеймарской идеологии, которых, собственно, никогда не было в том виде, как его представлял Шпенглер, и которое нужно «восстановить». Подготовив систему политической философии для идеологов и вождей, которые будут «доводить» их идеи до массы, Шпенглер и ван ден Брук упростили «немецких героев», чьи образы были идеологами и партийными пропагандистами погружены в политические тексты, обросли церемониями и ритуалами, стали атрибутами жизни, материализовались в искусстве и архитектуре. Вневербальная и вербальная коммуникации взаимодействуя, усиливают друг друга, политика проникает все, особенно в тоталитарном государстве, где идеология – инструмент, коммуникация – способ работы этого инструмента: общество и государство воздействуют через коммуникации, индивид с помощью коммуникации блокирует противоречивую и тревожащую его информацию, существующую вне его идеологической системы. Современный политический миф уже не создает целостный космос (мифический мир), встраивая современника в профанное время, продолжающее время сакральное, как классический миф, традиционный или абсолютный миф. Он уже больше не является чудом и по большей степени не есть слово-повествование. Мир выглядит как набор случайных представлений («знаний»), научных или научно-популярных, религиозных, обыденных, мифологических, политический миф не выстраивает систему, создавая массив вербальных и вневербальных образов, порожденных политической реальностью, штампов и символов, считываемых неоднозначно, да и важное для мифа распознавание «свой-чужой» в политической мифологии размыто и подвижно, политическая мифология в условиях сложной, многоуровневой или разрушающейся (неустойчивой) социальной жизни, крайне динамичных социальных ценностей, трагического одиночества индивида скрепляет или упорядочивает именно социальную жизнь.

Литература:

1. Дж. Кэмпбелл. Тысячеликий герой. СПб.: Питер, 2018.
2. Р. Барт. Мифологии. М.: Академический проект, 2014.
3. Ж. Сорель. Размышления о насилии. М.: URSS, 2010.
4. К. Флад. Политический миф. Теоретическое исследование. М.: Прогресс-Традиция, 2004.
5. Э.Юнгер. В стальных грозах. СПб., Владимир Даль, 2000.
6. Э.Людендорф. Мои воспоминания о войне. М.: Вече, 2016.
7. О. Шпенглер. Политические произведения. М.: Канон+, 2009.
8. И. Я. Биск. История повседневной жизни населения в Веймарской республике. Иваново: Ивановский государственный университет, 1990.
9. М. Е. Ерин. История Веймарской республики в новейшей германской историографии. Ярославль: ЯрГУ, 1997.
10. Э. *Кассирер*. Технологии современных политических мифов. [https://iphras.ru/uplfile/root/biblio/pp/ppu\\_4/6.pdf](https://iphras.ru/uplfile/root/biblio/pp/ppu_4/6.pdf)

## **Деловой этикет в информационном обществе** **Business etiquette in the information society**

*СПбГЭТУ «ЛЭТИ»*  
*Saint-Petersburg Electrotechnical University «LETI»*

Рассматривается деловой этикет в его виртуальном измерении. Особое внимание уделено сетевому и цифровому этикетам как реализации существенных характеристик этикетной коммуникации в виртуальном пространстве цифровой среды, осуществляемых на базе новых и новейших ИКТ.

Ключевые слова: Деловой этикет, сетевой этикет, нетикет, цифровой этикет.

Business etiquette in its virtual dimension is considered. Special attention is paid to network etiquette and digital etiquette as the realization of essential characteristics of etiquette communication in the virtual space of the digital environment, implemented on the basis of new ICT.

Keywords: Business etiquette, network etiquette, netetiquette, digital etiquette.

Деловой этикет – это сравнительно новый вид этикета, востребованный условиями формирования и развития информационной цивилизации. Возникнув на основе многообразия форм взаимодействия между субъектами деятельности современного глобального рынка, деловой этикет реализует, прежде всего, межгрупповые отношения, т. е. отношения со своими контрагентами на всех уровнях, включая международный. Выделение системы нравственных ценностей в качестве детерминанты, определяющей сущность этикета позволяет определить деловой этикет как нормативно-этическую многоуровневую систему регуляции отношений в деловой сфере, как инструмент партнерского общения в деловом сообществе.

Однако понятие «деловой этикет» включает в себя не только регуляцию всех сфер и уровней делового взаимодействия внутри организации и/или за ее пределами, но и эстетизацию этих отношений, поэтому деловой этикет выступает также и в качестве инструмента формирования имиджа, и в качестве одной из форм его выражения. [1] В связи с процессами глобализации и дальнейшим усилением конкурентной борьбы на мировом рынке данная тематика не теряет своей актуальности. В то же время наряду с деловым этикетом, который функционирует в режиме реального времени, специалисты уделяют повышенное внимание также сетевому этикету и цифровому этикету, которые представляют собой этикетную коммуникацию в виртуальном пространстве современного информационного общества. Функционально они отражают сущность этикетной коммуникации в виртуальной реальности на разных этапах развития World Wide Web или Всемирной Глобальной паутины. [2]

Сетевой этикет или Нетикет – это правила хорошего тона в виртуальном пространстве. Нетикет формируется на начальных этапах становления и развития Web, поэтому определяет правила поведения в сети и правила ведения электронной переписки и, соответственно, включает в себя поведенческую и письменную формы этикетной коммуникации. Вместе с развитием Web 2.0 сетевой этикет приобретает

новые качественные характеристики, обусловленные появлением блогосферы и новыми функциональными характеристиками второго поколения Web, но в целом все еще рассматривается специалистами как свод определенных правил поведения в сети, имеющих в основном этическую направленность. [3]

Цифровой этикет – это новый коммуникативный феномен новой информационной реальности, определяющий правила поведенческой культуры в виртуальном пространстве в условиях становления и развития Web третьего поколения. Поэтому при исследовании цифрового этикета необходимо исходить из его двойной природы, поскольку новый этикет отражает не только сущностные характеристики этикетной коммуникации в цифровой среде, но и специфику новых ИКТ, на базе которых он функционирует, и как следствие, новый вид этикета находится на стыке гуманитарного и технико-технологического знания. В свою очередь, междисциплинарный характер цифрового этикета требует внимания специалистов практикующихся как в области гуманитарного знания, так и знания новых и новейших ИКТ с целью оформления нового этикета в новый вид этикетной коммуникации и приобретения им своего статус-кво, в том числе и с точки зрения его видовых и внутривидовых характеристик. Поскольку, например, если в рамках поведенческой культуры в сетях на уровне пользователей среди наиболее обсуждаемых вопросов – нарушение личных границ в социальных сетях, приватность личной переписки, вопросы грамотности в сети, авторское и др. Не остаются без внимания и такие, казалось бы, менее значимые, но не менее важные вопросы для обсуждения, как тяжелые файлы, наличие названия темы в электронном письме, тема приветствия и заключительная формула вежливости в конце письма, использование эмодзи в электронной переписке, обратная связь [4], и другие вопросы, касающиеся виртуального бытия в сети, и их проблематики, то *в деловой сфере* культура делового общения в сети, в том числе и делового письма – это просто отдельная тема, напрямую связанная с корпоративным фирменным стилем и деловой репутацией компании.

Однако, в условиях цифровых реалий поведение в сети, в первую очередь, обусловлено умением взаимодействовать с новыми технологиями, включая оффлайн/онлайн взаимодействие, поэтому речь идет об анализе ситуаций, напрямую связанных с функциональными характеристиками новых ИКТ и поведенческом решении возникающих ситуаций. В этой связи отдельно следует остановиться на рекомендациях, посвященных поведению в сети в новых условиях, предлагаемые нашими украинскими коллегами Александром Элькиным и Марией Пащенко, создателей проекта «НеоЭтикет: новая грамотность в цифровом веке».

Авторы данного достаточно популярного сегодня проекта вводят понятие «Неоэтикет» и объясняют его как неологизм, который означает современный этикет, что, собственно, является синонимом цифровому этикету. Последовательный анализ ситуаций, связанных с использованием электронной почты и других технологических инструментов в деловой среде позволяет разработчикам проекта предлагать варианты этикетного решения выхода из сложных ситуаций. Особую ценность эти

рекомендации представляют собой потому, что создатели концепции формируют правила нового этикета не только на основе результатов международных независимых исследований и мнениях экспертов в области медиа и собственного опыта работы в сфере инновационных технологий, но и в маркетинговом поиске наиболее часто встречающихся ошибок в сети при активном участии непосредственно самих пользователей, объявляя, в том числе, и различные конкурсы на самые худшие ошибки. Авторы концепции особо подчеркивают, что в команде «человек – машина», активная позиция остается за человеком, поэтому человек должен научиться дружить с технологиями, чтобы достойно встретить будущее, и именно Неоэтикет, по их мнению, – это способ интегрироваться в будущее. [5]

В целом, современный деловой этикет следует рассматривать как единую целостную систему нормативно-этического характера, регулирующую взаимоотношения людей в современном глобальном деловом сообществе в реальном и цифровом измерениях, а также при взаимодействии этих измерений, поэтому в настоящее время существует острая необходимость в формировании правил цифрового этикета и как нового вида этикетной коммуникации в виртуальной среде, и как важной составляющей современного делового этикета, однако это требует активного совместного участия специалистов, представляющих как профессиональные знания этикетной тематики, так и профессиональные знания в области IT-технологий.

Литература:

1. Мамина Р.И. Деловой этикет в системе имиджа: философско-культурологический анализ. – СПб. ИД: «Петрополис», 2012.
2. Хайдаров К.А. Введение в Web-технологии [Электронный ресурс]: конспект лекций. Боровское исслед. учрежд. – Бурбай, 2015. URL: <http://www.Vourabai.kz/dbt/web/evolution.htm/> (дата обращения: 26.02.2018).
3. «Кодекс поведения в Интернет» // Студия IT-Labs. URL: <http://it-labs.narod.ru/part10.htm#al> (дата обращения – 21.06.2018).
4. Лукинова О. Как не бесить друг друга в Интернете. URL: <https://snob.ru/selected/entry/128251> (дата обращения: 21.06.2018).
5. URL: <https://www.pael.pro/neoetiquetteru> (дата обращения: 26.02.2018)

УДК 004(09), ББК 32.81 г

А.Н. Мичурин  
Aleksei Michurin  
a.michurin@spbu.ru

## **К вопросу о становлении информационного общества в XXI веке On the formation of the information society in the XXI century**

*Санкт-Петербургский государственный университет  
St. Petersburg University*

Статья посвящена рассмотрению вопросов формирования информационного общества в современном мире. Четвертая информационная революция рассматривается исследователями как «вызов истории» современной цивилизации. Одним из важнейших катализаторов этого вызова явилось мировое признание компьютерной сети Интернет. Именно она смогла объединить миллионы людей и сотни стран, сократить географическое расстояние и ликвидировать преграды для общения в различных областях деятельности человека. Она способствует глобализации всех происходящих

изменений, когда события территориально далекие друг от друга, оказываются звеньями одной цепи, утрачивая в какой-то мере локальный характер. В большинстве стран мира разрабатывается концепция формирования информационного общества, между ними ведутся сетевые войны. Возникают и другие проблемы, требующие пристального внимания.

Ключевые слова: информационное общество, глобализация, концепция формирования информационного общества, сетевые войны.

The article is devoted to the issues of information society formation in the modern world. The fourth information revolution is considered by researchers as a « challenge to the history» of modern civilization. One of the most important catalysts of this challenge was the global recognition of the computer network Internet. It was she who was able to unite millions of people and hundreds of countries, reduce the geographical distance and eliminate barriers to communication in various fields of human activity. It contributes to the globalization of all ongoing changes, when the events are geographically distant from each other, are links in the same chain, losing to some extent local character. In most countries of the world the concept of formation of information society is developed, between them network wars are conducted. There are other problems that require close attention.

Key words: information society, globalization, concept of formation of information society, network wars.

Термин «информационное общества» в XXI веке занял прочное место в лексиконе политических деятелей разного уровня. Само же понятие «информационное общество» появилось во второй половине 1960 годов в трудах профессора Токийского технологического института Ю. Хаяши [1]. Если сформулировать кратко критерии перехода общества к постиндустриальной и далее к информационной стадии развития, то ими могут быть процентное отношение населения занятое в сфере услуг. Если в обществе более 50% населения занято в сфере информационных услуг, то общество стало информационным.

Постепенно изменяется социальная структура общества под влиянием информатизации. Уходят в прошлое классы, особенно в том их понимании, которое характерно для марксизма, но это не означает торжество социальной однородности: стратификация общества углубляется, множатся социальные группы интересы, которых отличаются друг от друга, рождая противоречия, что делает несостоятельным миф о торжестве социальной гармонии в будущем обществе.

С началом современной информационной революции возрастает доля людей занятых интеллектуальным трудом - интеллектуалов. Объем знаний к концу XX - началу XXI века удвоился, а объем информации увеличился более чем в 30 раз. Это явление получило название «информационного взрыва» и заявило о начале становления информационного общества. В постиндустриальной экономической системе на фоне увеличения количества работоспособных людей господствующим классом являются собственники информации [2].

Необходимость перехода к информационному обществу тесно связана с изменением характера воздействия научно-технического прогресса на жизнь людей. В конце XX века скорость смены технологических укладов существенно увеличилась. Если в начале и даже в середине века такие смены происходили в периоды времени, значительно превышающие длительность жизни одного - двух поколений, то сегодня смена технологического уклада происходит за более короткий срок. При этом кардинально меняется образ жизни большей части населения.

Физические перемещения заменяются в той или иной сфере информационными (факс, электронная почта, и т.д.). Сегодня по оценкам экспертов России 90% всех

транспортных перемещений людей связано с информационными целями (совещания, подписи, справки и т.д.). Переход к информационному обществу связан с резким падением доли физического труда в создании национального богатства, с выносом из страны экологически грязных производств [3]. Люди старшего возраста смогут даже после ухода на пенсию продолжать работать, так как повысится планка работоспособного возраста. В период перехода к информационному обществу необходимо подготовить человека к быстрому восприятию и обработке больших объемов информации, овладению им современными средствами, методами и технологией работы. То есть, человек должен иметь определенный уровень культуры по обращению с информацией [4].

В XXI веке информационная культура является одной из составляющих частей общей культуры человека. В мире фиксируется четкая тенденция развития информационных развлечений (видеоигры, бытовые компьютеры при одновременном расширении ассортимента развлечений за счет включения логических игр и художественных интерактивных программ, появление компьютерной мультипликации и т.д.) [5].

Наиболее существенной угрозой переходного периода к информационному обществу является разделение людей на имеющих информацию, умеющих обращаться с информационными, телекоммуникационными технологиями (ИТТ) и не обладающими таковыми навыками. Пока ИТТ будут оставаться в распоряжении небольшой социальной группы, сохраняется угроза существующему механизму функционирования общества. Так данным Всемирного банка распределение мирового рынка информационно - коммуникационных технологий между различными регионами довольно неравномерно, что соответствует их общему уровню экономического развития. Так, на США приходится 34% мирового рынка, на Европу - 29%, Японию - 12%, и на остальные страны мира - 25% [6].

В постиндустриальном обществе национальные информационные ресурсы являются основной экономической ценностью, его источником богатств, самым большим капиталом [7]. Учитывая это каждое суверенное государство, пытается разработать концепцию развития информационного общества. Можно утверждать, что все страны в XXI веке стартовали в будущее информационное общество, но каждая из собственного исторического времени и движется к нему по своей орбите (хотя вынуждены учитывать и отвечать на глобальные вызовы истории).

Литература:

1. Дегтярева Р.В., Мичурин А.Н. Отечественная история. История информационной революции и информационного общества. СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2010. 86 с.
2. Toffler A. Powershift: Knowledge, Wealth and Violence at the Edge of the 21st Century. Plaza & Janes, 1990. 585 p.
3. Модернизация: зарубежный опыт и Россия / В. А. Красильщиков, В. П. Гутник, В. И. Кузнецов, и др.. М.: Инфомарт, 1994. 115 с.
4. Савостицкий Ю.А. История развития глобальных компьютерных сетей//Информационное общество, 2000, № 4. С.59-65.
5. Мичурин А.Н. Проблемы становления информационного общества в России в XXI веке//Петербургская весна культуры:

материалы XIV международного форума. 19-20 мая 2016  
СПб.: Изд-во Политех.ун-та, 2016. С. 9-16.

6. Чернов А.А. Информация. Дипломатия. Психология. М.: Известия, 2002. 616 с.
7. Drucker P.F. Post - Capitalist Society. N.Y.: Harper-Collins Publ., 1995. 232 p.

УДК 316.77, ББК 60.0

Л.Д. Подгорная  
Liubov Podgornaya  
podgornayaliubov@mail.ru

## **Коммуникативная природа власти как политического явления Communicative theory of power as a political phenomenon**

*МАБиУ*

*International Academy of Business and Management*

В статье речь пойдет об исследовании коммуникативной природы такого социально-политического феномена как власть. Автором данной идеи является немецко-американский философ, политический теоретик и историк, еврейского происхождения Ханна Арендт. В своей работе «Vita activa, или О деятельной жизни» она доказывает, что власть находится в полном соответствии с человеческой способностью действовать и действовать, прежде всего, совместно. В связи с этим автор считает, что власть является необходимым признаком общественных отношений. На основе разработанного Х. Арендт аналитического инструментария был проведен также анализ политического кризиса, произошедшего в Российской Федерации в 1992-1993 гг.

Ключевые слова: власть как политическое явление, насилие, взаимовлияние, взаимозависимость, коммуникативная теория, коммуникативные процессы, совместные действия, разделение властей, коррупционная характеристика власти, государственное искусство.

The article focuses on the study of the communicative nature of the socio-political phenomenon as power. The author of this idea is the German-American philosopher, political theorist and historian, of Jewish origin, Hannah Arendt. In her work "Vita activa, or On active life," she proves that power is in full accordance with the human ability to act and act, above all, together. In this regard, the author believes that power is an essential symptom of social relations.

On the basis of analytical tools developed by H. Arendt, an analysis of the political crisis was also conducted. Based on the analytical tools developed by H. Arendt, an analysis of the political crisis that occurred in the Russian Federation in 1992-1993 was also carried out.

Key words: power as a political phenomenon; force violence mutual influence interdependence communicative theory communication processes united actions separation of powers, corruption characteristic of power state art

На протяжении всего развития цивилизации и сегодня в том числе, наиболее дискуссионными вопросами остаются вопросы политической власти, ее природы, проблемы управления государством и процессы регулирования гражданского общества. В настоящее время, обсуждая данные вопросы, современные ученые пытаются обращаться к сознанию и разуму человеческого общества. Они стараются обосновывать свои позиции теми принципами, которые могли быть выработаны в процессе проведения свободных и равных дебатов, где личные суждения превращаются в общественное мнение. Со своей стороны политическая власть может и должна обращать самое пристальное внимание на такое общественное мнение. В середине XX века в контексте данных дискуссий появляется очень интересный подход к анализу политической власти, так называемый коммуникативный подход.

Одним из родоначальников данного направления является немецко-американский философ, политический теоретик и историк, еврейского происхождения Ханна Арендт.

В своей работе «*Vita activa, или О деятельной жизни*» она, давая качественно новую характеристику такому политическому явлению как власть, сначала рассматривает три основных вида человеческой деятельности: труд (работу), создание (изготовление) и действие (поступки). Почему именно так видит свою задачу данный американский ученый? Потому что, как считает, Ханна Арендт каждый из выше перечисленных видов деятельности является объективным условием зарождения и развития жизни человеческого рода на земле. Так, например, труд, как один из необходимых видов деятельности человека, способствует нормальному функционированию и развитию биологических процессов человека и его тела. Именно с помощью труда человек извлекает и приготавливает природные вещества необходимые ему для функционирования живого организма, обеспечения его роста, обмена веществ и единого жизненного цикла. Как писал сам автор в своей работе: «Основное условие, которому подчинена деятельность труда, это сама жизнь». [1, с.14]

Создание как вид деятельности производит, как считал автор, искусственный мир вещей, который до известной степени противостоит природе. Человек постепенно выстраивает этот искусственный мир вещей для того, чтобы жить в нем как дома, т.е. более комфортно, удобно и безопасно, чем в дикой природе.

Такой вид деятельности как действие (или поступок) представляет собой деятельность, которая может происходить непосредственно между людьми без посредничества природной материи, материалов и вещей. Но существует основное условие, при котором данный вид деятельности реализуется, необходимость другого человека или других людей. И данное обстоятельство, как видит его Ханна Арендт, имеет и политическую сторону.[1, с.14-15] Деятельность среди людей для получения результата требует определенной организации, функционального распределения, выстраивания множества коммуникативных процессов в координационных и соподчиняющихся условиях.

Как писала об этом в своем произведении автор: «Единственная чисто материальная, неременная предпосылка создания власти есть сама совместность людей. Лишь в бытии друг-с-другом, достаточно тесном, чтобы постоянно держать открытой возможность действия, способна возникнуть власть». [1, с.266] Аргументируя данное теоретическое положение, Х. Арендт отмечала, что власть является не собственностью или свойством отдельного субъекта, а представляет собой процесс сложного многостороннего институционального общения, поэтому в её основе лежит не насилие, а взаимовлияние и взаимозависимость людей. И далее автор обосновывает свою мысль, отмечая «сила есть то, чем всякий человек от природы в известной мере владеет и что он действительно может назвать своим собственным; властью же, в сущности, не обладает никто, она возникает среди

людей, когда они действуют вместе, и исчезает, как только они снова рассеиваются».  
[1, с.265]

Таким образом, Х. Арендт подвергает сомнению традиционный анализ самого явления «власти», государственных институтов, осуществляющих власть. Она считает, что данный анализ не раскрывает природу этого политического явления, области её существования и функционирования, а также динамики властных отношений, т.е. другими словами не в состоянии объяснить самую её суть и содержание. Напротив, автор высказывает мнение, что власть находится в полном соответствии с человеческой способностью не просто действовать, а действовать совместно и является необходимым признаком общественных отношений, глубинный смысл которых заключается, прежде всего, в переводе материальных, духовных интересов и сил социума в совместное действие.

Американский философ рассматривает власть как принадлежащую не отдельным индивидам, а группам людей, их коллективам. До тех пор, пока есть группа существует и власть, если же группа распадается, власть также прекращается. Когда говорят, что кто-то находится у власти, на самом деле имеется в виду, что данный человек наделен властью определенной группой людей действовать от её имени. Отдельные индивиды не имеют власти и не осуществляют власть: они обладают только силой. Х. Арендт не отождествляет власть со всеми способами управления. Понятия «власть», «сила», «могущество», «авторитет», «насилие», характеризуют средства, с помощью которых одни люди осуществляют управление другими. Данные термины могут использоваться в качестве синонимов, поскольку выражают одну и ту же функцию, но по сути они относятся к различным явлениям. Отношения между равными субъектами, находящимися между собой в процессе взаимодействия и, таким образом, осуществляя коммуникативную деятельность, и создают совместно такой феномен как власть. Политика предстает в видении Х. Арендт как «действие словами», как коммуникативная деятельность, которая создает и поддерживает политическую общность, определенный политический порядок общества. В её трактовке политическая власть представляет собой не только совокупность политических институтов, но, главным образом, коммуникативное пространство, которое существует для реализации процесса общения между субъектами политического творчества. Коммуникация должна быть обязательно двусторонней, требующей, чтобы ее участники, или другими словами, коммуниканты, вели постоянные диалоги или дебаты. Но, добавляет американский философ, «с реализованной властью мы имеем дело всякий раз тогда, когда слова и дела выступают неразрывно сплетенными друг с другом, где речи стало быть не пусты и дела не превращаются в немое насилие, где слова не применяются для сокрытия намерений, но произносятся для раскрытия реалий; где словами не злоупотребляют в целях сокрытия намерений, но говорят их, чтобы раскрыть действительность, и деяниями не злоупотребляют в целях насилия и разрушения, но учреждают и упрочивают ими новые связи, создавая тем самым новые реальности».  
[1, с.265] И именно в этом сплетении слов и дел, по мнению Х. Арендт, происходит

самореализация человеческой личности, когда каждый, говоря и рассказывая, подтверждает свои слова конкретным делом или действием и может открыто представлять себя и свои мысли, идеи и доводы другим, но при этом уважая и неукоснительно соблюдая права каждого другого на такое же самовыражение. «Власть есть то, - как пишет в своей книге автор, - что зовет к существованию и вообще удерживает в бытии публичную сферу, потенциальное пространство явленности среди действующих и говорящих». [1, с.265] Из приведенного анализа можно сделать вывод, что исследованию понятия власти обязательно должны предшествовать разработка теории коммуникации и философско-антропологического введения в тему исследования. Сам автор понимает феномен коммуникации не только как речевое взаимодействие между людьми или как способность убеждения одного индивида или их группы при помощи речи или различных символических систем других индивидов. Главное в процессе коммуникации, происходящей в условиях реализации властных отношений, считает Х. Арндт, - это возможность осуществления самой власти, т.е. претворять произнесенные слова в дело, в конкретный поступок или в действие в целом. И именно воплощенные дела, поступки и действия, характеризуют власть, как с позитивной, так и с негативной стороны.

Коммуникативную характеристику возможно использовать и для анализа феномена «разделения властей». Как говорит американский философ такое разделение не вызывает уменьшение власти, а более того предполагает взаимодействие различных ветвей власти, которое основано на их постоянном коммуникационном процессе, определяющем их взаимно контролирующую и компенсирующую функции и процессы взаимовлияния для претворения в жизнь конкретных действий и поступков. [1, с.267]

Если рассматривать феномен власти с точки зрения коррупционной характеристики, то по мнению американского ученого, власть может приобрести данное определение только лишь в тех областях человеческой деятельности, где речь идет о созидании, т.е. в экономической, социальной, культурной или духовной жизни, а не в собственно политической сфере. Власть направлена на то, чтобы учредить и поддерживать публичное пространство созданному предметному образованию, т.е. впервые придает ему жизненность. И как пишет сам автор «мир окружающих нас вещей, он получает свой подлинный смысл лишь, когда предоставляет сцену для поступка и слова, когда он прострочен нитями человеческих забот, взаимоотношений и историй, из них возникающих». [1, 270-271]

Если попробовать применить весь разработанный Х. Арндт аналитический инструментарий для изучения современной политической истории России, то в качестве наиболее яркого примера исчезновения политической власти у определенных государственных институтов и использования ими насильственных методов и средств для её удержания, может служить политический кризис, осуществившийся в Российской Федерации в 1992-1993 гг. Именно в этот период произошло противостояние между двумя политическими силами, представлявшими две основных ветви государственной власти в Российской Федерации –

исполнительную и законодательную. [3] С одной стороны политическая сила была представлена группой, возглавляемой президентом Российской Федерации Б.Н. Ельцин, куда также входили правительство во главе с его председателем В.С. Черномырдиным, мэр Москвы Ю.М. Лужков, ряд региональных руководителей, часть народных депутатов - сторонников президента Б.Н. Ельцина. Другой политической силой являлась группа государственных деятелей РФ, которые принадлежали к руководству Верховного Совета и большей части народных депутатов во главе с Р. И. Хасбулатовым, а также вице-президент России А. В. Руцкой и некоторые другие представители законодательной власти.

Данные события можно считать классическим примером противостояния двух ветвей государственной власти по целому ряду важнейших вопросов, касавшихся, прежде всего, конституционного устройства страны, сбалансированности властных полномочий её высшего руководства, глобального несоответствия произносимых речей и слов при вступлении в должность и тех конкретных действий и поступков, которые были предприняты для сохранения своей личной власти в руководстве страной. В качестве аргумента можно вспомнить только одно из целого ряда событий, которое наиболее ярко характеризует мотивы, интересы и действия высшего руководства Российской Федерации того исторического периода.

21 сентября 1993 года президентом страны Ельциным Б.Н. был подписан указ № 1400 «О поэтапной конституционной реформе в Российской Федерации», который нарушал основные положения действовавшей в тот период Конституции. Данный указ предписывал Съезду народных депутатов и Верховному Совету Российской Федерации сложить свои полномочия и прекратить свою деятельность. Данный указ вводил в действие временную систему органов власти, а на 11-12 декабря 1993 года были назначены выборы в Государственную думу. [11] Президиум Верховного Совета, собравшийся в тот же день, констатировал юридический факт нарушения действовавшей Конституции. Третья ветвь государственной власти, представленная Конституционным Судом Российской Федерации, вынесла заключение о неконституционности действий президента, подтвердив свое решение ссылкой на статью 121.6 действовавшей Конституции. [4] Однако, несмотря на вынесенные законные решения, Борис Ельцин продолжал выполнять полномочия президента России. Верховный Совет, на основании статей 121. 6 и статей 121. 11 действующей Конституции, 22 сентября также принял постановление о прекращении полномочий президента Ельцина с момента издания им указа № 1400. [8] Полномочия президента по решению Верховного Совета переходили к вице-президенту А. В. Руцкому. Верховный Совет также объявил о созыве X чрезвычайного (внеочередного) Съезда народных депутатов. 24 сентября 1993 года Съезд народных депутатов открылся и, при достижении необходимого кворума, утвердил постановление Верховного Совета о прекращении президентских полномочий Бориса Ельцина и переходе их к вице-президенту Александру Руцкому. Верховный Совет квалифицировал действия Б. Ельцина как государственный переворот. [9] Съезд также постановил провести одновременные досрочные выборы, как президента, так и

народных депутатов не позднее марта 1994 года. [10] Через три дня после окончания Съезда, а именно 27 сентября 1993 года Борис Ельцин заявил, что он против одновременных досрочных выборов президента и народных депутатов и ни на какие компромиссы, ни с какими органами власти он не пойдёт. [5]

Здесь представлена не вся хронология событий и принимаемых решений различными органами власти Российской Федерации, но и они очень ярко высвечивают тотальное отсутствие хотя бы минимальных попыток наладить коммуникационные процессы между различными ветвями государственной власти, о которых правомерно рассуждала американский ученый, философ Ханна Арендт. Не желание услышать друг друга, понять аргументы и мотивы, сопровождающие конкретные действия и поступки политических лидеров, представлявших интересы различных политических групп, не желание выполнять взятые ранее на себя обязательства по выполнению законодательно принятых государственных решений, глобальное противоречие между речами и словами политических лидеров и их конкретными действиями и привели к трагическим событиям 3 – 4 октября 1993 года. Президент РФ Б.Н. Ельцин, потеряв в результате неправомерных принятых решений и действий власть, приходит к заключению применить военную силу для разрешения возникшего политического кризиса. Данный эпизод новейшей политической истории России наиболее полно подтверждает идеи американского философа Ханны Арендт о том, что нарушение отношений между равными политическими субъектами власти, не способность наладить взаимодействия между ними, всеобъемлющее отсутствие взаимовлияния и взаимоконтролирующих и компенсирующих функций, необходимых для претворения в жизнь конкретных политических действий и решений, в итоге приводят к остановке коммуникативных процессов между властными структурами и разрушению такого феномена как политическая власть.

В заключении хотелось бы вспомнить о еще одной очень интересной идее, высказанной немецко-американским ученым, философом Ханной Арендт, о необходимости рассматривать государственную власть и в качестве государственного искусства. Она, вслед за древнегреческими философами, считает, что существует и такой феномен как государственное искусство, которое определяется как высший уровень действия, поскольку призывает людей «искать подвигов», прославляющих своим блеском, экстраординарностью и величием само государство (или как пишет Х. Арендт «полис», употребляя древнегреческое понятие государства) и его деятельность. Если же государство или полис разрушается, то одновременно рушится самое великое и быстротечное и в человеке, но остаются намерения, цели, побуждения как присущие ему психологические свойства, которые по своей сути типичны, поскольку повторяются в определенных комбинациях в конкретных характерах и типах. «Однако, - как продолжает свой анализ автор, - величие и соответствующий смысл, присущие конкретному деянию в его уникальности, заложены и не в мотивах, к нему толкнувших, и не в целях, могущих в нем осуществиться; они кроются исключительно и единственно лишь в способе его

исполнения, в облике самого поступка». [1, 273] Вывод, который делает Х.Арендт в своей работе, посвященной анализу феномена «власти», состоит в том, что государственное искусство необходимо все же рассматривать не как создающее, а как исполнительное искусство. [1, 274]

Литература:

1. Арендт Х. *Vita activa, или О деятельной жизни.* / Пер. с нем. и англ. В. В. Библихина; Под ред. Д. М. Носова. - СПб.: Алетейя, 2000 – 437с .
2. Безбородов А., Елисеева Н., Шестаков В. *Перестройка и крах СССР. 1985-1993.*- СПб.: Норма, 2010. - 216 с.
3. Иванов И. *Анафема: хроника государственного переворота.* - М.: Палея, 1995. - 499 с.
4. Из истории создания Конституции Российской Федерации. Конституционная комиссия: стенограммы, материалы, документы (1990-1993 гг.). В 6 томах./ под общ. ред. О. Г. Румянцева. - М.: Волтерс Клувер, 2008.
5. Интервью президента РФ Б.Н. Ельцина программе «Новости».
6. Конституции Российской Федерации (в редакции от 10 декабря 1992 г.)
7. Островский А. В. *Расстрел «Белого дома». Черный Октябрь 1993 года.* - М.: Книжный мир, 2014. - 640 с.
8. Постановление Верховного Совета Российской Федерации № 5780- от 22 сентября 1993 года «О прекращении полномочий Президента Российской Федерации Ельцина Б. Н. // «Российская газета», № 184(800), 23 сентября 1993, - с.2
9. Постановление Съезда народных депутатов Российской Федерации № 5807- от 24 сентября 1993 года «О политическом положении в Российской Федерации в связи с государственным переворотом».
10. Постановление Съезда народных депутатов Российской Федерации № 5813- от 24 сентября 1993 года «О досрочных выборах народных депутатов Российской Федерации и президента Российской Федерации».
11. Указ Президента Российской Федерации от 21 сентября 1993 г. № 1400 «О поэтапной конституционной реформе в Российской Федерации».

УДК 101.1:316, ББК 87.6

Н.Ю. Квашенко<sup>1</sup>, А.Ю. Глушаков<sup>2</sup>  
Nadezhda Kvashenko, Alexey Glushakov  
kvaschenko.n@yandex.ru, complexal@yandex.ru

## **Роль СМИ в процессе становления информационного общества** **The role of mass media in the process of formation of the information society**

*Санкт-Петербургский Политехнический университет Петра Великого<sup>1</sup>*  
*Ленинградский государственный университет им. А.С. Пушкина<sup>2</sup>*  
*Peter the Grete St. Petersburg State Polytechnic University*  
*Pushkin Leningrad State University.*

В статье анализируются существующие концепции информационного общества. Авторы описывают феномен средств массовой информации в контексте развития социума нового типа. В статье указывается на необходимость изучения различных аспектов влияния СМИ на массовое сознание.

Ключевые слова: СМИ, информационное общество, массовое сознание, массовая аудитория.

The article analyzes the existing concepts of the information society. The authors describe the phenomenon of the media in the context of the development of a new type of society. The article points out the need to study various aspects of media influence on mass consciousness.

Keywords: mass media, information society, mass consciousness, mass audience.

В истории мировой научной мысли не существует единой концепции информационного общества. Начиная с 1960-х годов XX века исследователи предлагали свое видение дальнейшего пути развития человеческой цивилизации.

Термин «информационное общество» появляется сначала в трудах экономистов, а затем и философов. В работах последних информационное общество все чаще становится объектом для исследования и создания прогнозов на будущее.

В 1960-х гг. М. Маклюэн ввел понятие «электронное общество» и разработал теорию, согласно которой качественные сдвиги в истории человечества происходят в результате появления новых технических средств коммуникации. Исходя из определения, что «средство коммуникации есть сообщение», ученый сделал вывод о том, что, в таком случае, «личностные и социальные последствия любого средства коммуникации вытекают из нового масштаба, приносимого каждым таким расширением, или новой технологией, в наши дела» [1, с.13].

Социолог Й. Масуда считал, что главной движущей силой образования и развития постиндустриального общества станет производство информационного продукта. По мнению ученого, в скором будущем процесс производства информации будет происходить без участия человека [2].

В 80-х годах XX века Элвином Тоффлером в научный оборот было введено понятие «супериндустриальное общество». Однако, как отмечает автор, ни это, ни ряд других определений, таких, как «информационный век», «электронная эра», «глобальная деревня», «технотронная эра», «постиндустриальное общество», не является адекватным. Некоторые из этих определений, придавая особое значение какому-либо единственному фактору, не расширяют, а скорее сужают наше понимание. Другие определения статичны, они предполагают, что новое общество может войти в нашу жизнь гладко, без какого-либо конфликта или стресса. Все эти определения далеки от того, чтобы передать всю силу, размах и динамику перемен, надвигающихся на нас, или того напряжения и конфликтов, которые эти перемены влекут за собой» [3, с.16].

Д. Белл, также один из авторов концепции информационного общества, отмечал, что «определяя новую, зарождающуюся систему, важно не только исследовать явные социальные тенденции, такие, как отход от ручного труда или возникновение новых общественных отношений, важнее определить характер новой системы. Наиболее значимым для постиндустриального общества становится не переход от собственности или политических критериев к знанию как фундаменту новой власти, а изменение характера самих знаний. Для нового общества становятся характерными доминирующая роль теоретических знаний, господство теории над эмпиризмом и кодификация знаний в абстрактные системы символов, которые могут быть применены к множеству самых различных ситуаций» [4, с.19].

Перспективы становления и развития информационной цивилизации анализировались и представителями отечественной философской школы, хотя подобные работы и стали появляться в нашей стране значительно позднее, чем за рубежом. В период существования советского государства, идеи грядущей информатизации общества воспринимались негативно и не получали должного развития практически до 1980-1990-х годов XX века. Одним из первых отечественных философов, кто проанализировал концепции информационного

общества, разработанные зарубежными исследователями, был И.А. Ракитов. В своей книге «Философия компьютерной революции» он дает оценку изменениям, происходящим в обществе в связи с вступлением в новую фазу цивилизационного развития, выделяет главные признаки информационного общества.

Автор делает вывод о том, что, «информационная революция вырастает из технологических инноваций, но не сводится к ним. Ее технологическая составляющая собственно и есть компьютерная революция. Она радикально трансформирует все средства обработки, передачи и производства информации и опосредствованно оказывает возрастающее влияние на ход исторических событий, постепенно меняя систему ценностей, мировоззрение и представления людей о самом человеке, смысле его бытия и предназначения» [5, с.13].

Н.Н. Моисеев [6] и А.С. Киселев [7] в своих трудах, посвященных вступлению в информационную эпоху, отмечают важность введения новых образовательных стандартов, способствующих подготовке высококвалифицированных специалистов. Ученые связывают это с необходимостью инновационных технологических разработок на основании которых успешно развивается экономика в информационном обществе.

Философские проблемы информатизации общества рассматривала в своих работах Т.Е. Степанова [8]. Оценивая современный информационный рынок, автор определяет основные предпосылки его расширения, говорит об угрозах неконтролируемых информационных потоков, вызванных глобализацией.

Отдельные проблемы а) механизма взаимодействия базовых социальных институтов России в условиях формирования информационного общества рассматриваются в трудах С.А. Власовой, б) многомерности личности как следствия мультипликации социальных ролей в информационном обществе анализируются Е.А. Сайкиным, в) социокультурные аспекты массовых коммуникаций в информационном обществе описываются Н.А. Чионовой, г) взаимодействия информационного общества и эволюция феномена отчуждения исследуются С.К. Шайхитдиновой [9].

Стоит отметить, что новый тип социального устройства рассматривался исследователями с точки зрения влияния на него экономики, гендерной политики, образования, права и многих других аспектов, однако осмыслению роли и места средств массовой информации в процессе перехода к очередному этапу цивилизационного развития уделялось, по нашему мнению, недостаточное внимание.

Между тем, известно, что средства массовой информации всегда оказывали влияние на сознание человека, его предпочтения, принципы и жизненные установки. В информационном обществе степень воздействия массмедиа возрастает в разы. Достаточно точно данный процесс описывает В.Д. Рузин: «в информационном обществе феномен средств массовой информации «перерастает» свой инструментальный статус. Являясь по определению всего лишь «средством», это явление своей значимостью для современного общества затмевает многие целеполагающие стимулы развития отношений, так как оказывает огромное

воздействие на человека, его поведение, самоощущение, фактически играя одну из ведущих ролей в формировании его мировоззрения» [10, с.193] .

Отчасти такого рода могущество СМИ определяется их глобальной массовостью и доступностью, что стало возможным, когда в традиционную систему «четвертой власти» встроился Интернет. И.А. Фатеева, предпринимая попытку конструирования новой типологии СМИ на основе нелинейного принципа, выделяет три основных типа средств массовой информации, представленных в современном обществе: коммерческие, инфернальные и обслуживающие. Также автор предлагает выделить подтипы: в секторе коммерческих - качественный, массовый и кваллоидный виды, в секторе обслуживающих – государственный, муниципальный, партийный, конфессиональный и корпоративный виды, а среди информальных – гражданские, самодеятельные СМИ и блогосфера.

Активно распространяющаяся сегодня «персонифицированная журналистика», характеризуется формированием лояльной аудитории вокруг независимых блогеров, которые также, как традиционная журналистика, получают свои возможности влияния на массовую аудиторию благодаря широкой распространенности Интернета. «На сегодняшний день это наиболее демократичный «отряд» прессы, это квинтэссенция информальных СМИ, «примета времени» и «точка роста» общей системы СМИ». [11, с.91]

С появлением данного типа медиа действительно связывают большие ожидания в плане «оздоровления» всей существующей системы традиционных СМИ, которые в XXI веке успели дискредитировать свой авторитет на фоне информационных войн, фейковых новостей, разоблачений и скандалов, связанных с злоупотреблением журналистами своим влиянием.

Сегмент сетевых СМИ играет наиболее активную роль в формировании информационного общества, обеспечивая практически неограниченный доступ аудитории к самой разнообразной информации, постоянно обновляющейся, содержащей различные мнения, оценки, факты.

В данном контексте особое значение приобретает не только способность личности к обучению и познанию нового, но и умение ориентироваться в информационном потоке. Современные исследователи справедливо отмечают тот факт, что традиционные СМИ в условиях, когда главным стимулом общественного прогресса являются информация и содержащееся в ней в конечном итоге знание, степень влияния различных медиа на индивидуальное и массовое сознание беспрецедентно высока [12]. В эпоху глобальной информатизации современного общества представляется важным изучить механизмы формирования сознания и принципов действия массмедиа, степень и особенности влияния журналиста на массовое сознание, границы допустимого, профессиональные деформации и пути преодоления кризисных явлений.

Литература:

1. Маклюэн М. Понимание Медиа: Внешние расширения человека / Пер. с англ. В. Николаева; Закл. ст. М.Вавилова. — М.: Жуковский: «КАНОН-пресс-Ц», «Кучково поле», 2003. — 464 с.
2. См. подробнее: Масуда Й. Информационное общество как постиндустриальное общество. — М., 1997.
3. Тоффлер Э. Третья волна / Элвин Тоффлер ; [пер. с англ. К. Ю. Бурмистрова и др.]. - Москва : АСТ : АСТ Москва, сор. 2009. - 795 с.
4. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования. - М.: Academia, 2004. — 783 с.
5. Ракитов А. И. Философия компьютерной революции.— М.: Директ-Медиа, 2013. — 291 с.
6. См. подробнее: Моисеев Н.Н. Универсум. Информация. Общество. — М.: Устойчивый мир. — 2001. — 200 с.
7. См. подробнее: Киселев А. С. Роль нарождающегося информационного общества в развитии мировой цивилизации: монография / А. С. Киселев. - М.: Компания Спутник+, 2005. — 105 с.
8. Степанова Т.Е. Экономика знаний: методологический аспект/Т.Е. Степанова. — Саратов: Изд-во Сарат. Ун-та, 2004. - 125 с.
9. См. подробнее: Власова С.А. Механизм взаимодействия базовых социальных институтов России в условиях формирования информационного общества: социально-философский анализ : диссертация ... кандидата философских наук: 09.00.11 / Власова Светлана Александровна; [Место защиты: Рос. гос. социал. ун-т]. - Москва, 2011. - 155 с.; Сайкин Е.А. Многомерность личности как следствие мультипликации социальных ролей в информационном обществе : диссертация ... кандидата философских наук : 09.00.11 / Сайкин Егор Александрович; [Место защиты: Новосиб. гос. техн. ун-т]. - Новосибирск, 2011. - 144 с.; Чионова Н.А. Социокультурные аспекты массовых коммуникаций в информационном обществе: философский анализ : диссертация ... кандидата философских наук : 09.00.11 / Чионова Наталья Александровна; [Место защиты: Моск. гос. акад. делового администрирования]. - Москва, 2012. - 149 с.; Шайхитдинова С. К. Информационное общество и "ситуация человека": эволюция феномена отчуждения / С. К. Шайхитдинова. - Казань : изд-во Казан. ун-та, 2004 (Казань : Тип. изд. центра Казан гос. ун-та). - 306 с.
10. Рузин В.Д. Средства массовой информации в цивилизации и культуре: особенности методологии исследования. Вестн. Волгогр. гос. ун-та. Сер. 7, Филос. 2008. № 2 (8). — С. 193-196.
11. Фатеева И.А. О типологических доминантах средств массовой информации и об опыте создания их нелинейной типологии// Знак: проблемное поле медиаобразования// 2010. — С. 91-95.
12. Бунеева А.М., Мурейко Л.В., Шипунова О.Д. Ресурсы манипуляции в политической технологии: неявное знание и массовое сознание // Вестник РГГУ. Серия: Политология. История. Международные отношения. Зарубежное регионоведение. Востоковедение. 2010. № 1 (44). С. 171-179.

**Непонимание во властном конфликте: невозможность коммуникации**  
**Misunderstanding in the power conflict: the impossibility of communication**

*Российский государственный педагогический университет им. А.И. Герцена,  
Herzen State Pedagogical University of Russia*

Наиболее важные случаи непонимания - это не результат недостатков коммуникации. Непонимание – следствие фундаментального занятия позиций в конфликте как игре, ставкой в которой выступает власть. Образы происходящего, продуцируемые противоборствующими сторонами, имеют с необходимостью противоположную направленность. Рассчитывать исправить положение дел посредством совершенствования коммуникации бессмысленно.

Ключевые слова: Непонимание. Конфликт. Игра с нулевой суммой. Стратегия. Идеология. Власть.

The most important misunderstandings are not the result of communication flaws. Misunderstanding is a consequence of the fundamental occupation of positions in a conflict as a game, in which power bets. The images of what is happening, produced by the opposing sides, have necessarily the opposite direction. It is pointless to expect to rectify the state of affairs through improved communication.

Keywords: Misunderstanding. Conflict. Zero-sum game. Strategy. Ideology. Power.

Проблематика понимания прочно вошла в состав философских рассуждений, в том числе, закрепившись в качестве специфической области исследований – герменевтики. Понимание противопоставлялось объяснению с целью отстоять специфику гуманитарных наук, не копирующих естествознание. В. Дильтей утверждал, что понимание направлено на единичное в отличие от объяснения, отсылающего к общему закону: «вместе с пониманием мы подходим к тем процедурам, которые не имеют ничего общего с естественнонаучными методами». Потребность в обосновании не-естественнонаучного познания выдвинула понимание как свою центральную проблематику. Что предполагалось подлежащим пониманию? Объекты, которые до применения процедур понимания были непонятными, эдакими вещами в себе. Дильтей обсуждал возможность понять Августина или Руссо. Хайдеггера, среди прочего, интересовало установление взаимопонимания с представителем японской культуры. Однако в чем состоит надобность понимать тех или других? Этот вопрос обходится. Очевидно дело в том, что продвижение познания само по себе полагается ценным.

Тем не менее с проблемой понимания люди сталкиваются не столько в силу свойственного им стремления познать доселе непознанное, но прежде всего в ситуации необходимости преодолеть насущное непонимание ими друг друга. Такое непонимание навязывает себя, блокируя жизнедеятельность. Ситуации насущного непонимания могут быть разнообразными и вызваны различными причинами. Современные авторы, затрагивающие тему непонимания, говорят о непонимании вследствие незнакомства с терминологией, отсутствия владения необходимыми сведениями или сложным контекстом. Особо можно выделить рассуждения о важности ознакомления с другими культурами. [1,2]

Однако – вопреки подобным, безусловно дельным, соображениям следует утверждать, что наиболее важные случаи непонимания - это не результат недостатков коммуникации или отсутствия информации, тем более не недоразумение [3]. Далеко не всегда можно надеяться исправить дело совершенствованием коммуникации, улучшением процедур обсуждения (Хабермас), уточнением прав собственности («теорема Коуза»), знакомством с другой культурой, традициями и т.п. Например политические отношения в ситуации конфликта могут быть часто охарактеризованы как ярчайшие примеры непонимания. Противоборствующие стороны говорят на разных языках. И если применительно к напряженным отношениям России и Запада еще можно высказать предположение о недостаточном знании друг друга и т.п., то вряд ли можно серьезно говорить о том, что украинцы и россияне страдают от недостаточного знакомства. И тем более это относится к ожесточенному противостоянию внутри Украины и внутри самой России у различных политических сторон.

Таким образом, можно утверждать, что непонимание – некая объективная структура в рамках взаимодействия. Оно укоренено в объективности, а не является субъективным искажением, ошибкой. Ее не устранить улучшениями технологий и институтов. Субъективное непонимание порождается объективным конфликтом. Стороны конфликта, с одной стороны, способны зачастую хорошо понимать многие намерения и действия друг друга (например, воюющие стороны внимательнейшим и образом следят за действиями врага, разгадывая его замыслы, смысл действий и т.п.). Но одновременно они продуцируют специфическое непонимание. Например, разительно различаются их оценки одних и тех же действий в качестве правомерных/неправомерных, оборонительных/агрессивных, честных/бесчестных и т.п. Это непонимание сторонами конфликта друг друга следует считать необходимым условием протекания конфликта как системы отношений, функцией конфликта как целого.

Непонимание – следствие фундаментального занятия позиций в конфликте как игре, ставкой в которой выступает власть (т.е. возможность поставить другого в зависимость от своих решений вместо того, чтобы самому зависеть от решений другого). Стремиться к пониманию точки зрения противника – значит, пойти по пути уступок. Но пока имеется возможность победить, уступки естественно отвергаются.

Нередко предлагаются рассуждения, что игра с нулевой суммой – не лучший стратегический выбор и что в выигрыше могут быть все. Томас Шеллинг в классическом исследовании «Стратегия конфликта» справедливо утверждал, что конфликт из игры с нулевой суммой зачастую перерастает в «игру со смешанной мотивацией». Мотивация уничтожить другого (физически, экономически, политически или морально) не отменяется, но, по причине сложностей непосредственного осуществления, дополняется попытками устанавливать способы сосуществования.

В ситуации игры со смешанной мотивацией зачастую нет даже просто возможности учреждения коммуникативных процедур поиска оптимальных

договоренностей. Противную сторону принципиально недопустимо признать участником процесса согласования, озвучить возможно лишь требование капитуляции. Примерами тут могут служить взаимодействие правоохранительных органов с преступным миром, государства с сепаратистами, нашумевшая история с отравлением Скрипалей. Для установления вынужденного взаимопонимания в ход идет специфическая логика неявных сигналов, Требуется пристальное внимание к содержанию конкретных угроз, чтобы расшифровать в них приглашения к компромиссам, оставленные пути к отступлению и т.п. Имеют место рефлексивные и рекурсивные процессы обратной связи, намеков, неявных сигналов и неявных ответов.

Дрейф от игры с нулевой суммой в сторону игры со смешанной мотивацией вовсе не означает, что установка на победу заменяется установкой на сотрудничество. Смешанная мотивация – это мотивация победы, но отложенной до лучших времен. То, что все участники получают некие выгоды, маскирует главное: что кто-то из них способен приобретать существенно больше других – и он-то является действительным победителем. И смысл действий его – бескомпромиссно использовать других настолько, насколько это возможно.

Отказаться установки на победу возможно только если пересмотреть логику максимизации собственного выигрыша и принять радикально иную логику подчинения целям целого. Однако современные версии участия в целом исходят из того, что позволяют актерам именно максимизировать свой выигрыш. Из этого круга не видно пока убедительного выхода.

Ближе к истине, нежели интерпретации непонимания как неудачной коммуникации, объяснение, предложенное К. Мангеймом [4]. Согласно ему, в каждый момент истории действуют две тенденции. Те общественные силы, которые занимают выигрышное положение, заинтересованы в сохранении статус-кво. Они провозглашают, что принципы существующей системы являются наилучшими, а потому естественными и вечными. Такой ход рассуждения продуцирует образ мира, обозначаемый Мангеймом как «идеология». Другие общественные силы, чье положение гораздо менее завидно, заинтересованы в изменении системы, обоснование чего складывается в другой образ мира, подходящее название для которого – «утопия».

Можно добавить к этому, что приверженцы уже имеющейся системы обычно апеллируют к неким высшим идеалам, которые якобы ясны каждому честному человеку. Стратегия идеологии – идеализм. Объяснение действий противников дается предельно просто: эти примитивные ущербные существа неспособны к духовным устремлениям, свойственным людям «нормальным».

С другой стороны, те, кто стремится к ниспровержению системы, находят более подходящим развивать аргументацию в противоположном идеализму реалистическом ключе. Субъективные устремления отходят на второй план, на первый же выдвигаются объективные причины и исторические реалии. Противники трактуются как изощренные злодеи, которые обладают хитроумным планом удержания власти.

Итак, образы происходящего, продуцируемые противоборствующими сторонами, имеют с необходимостью противоположную направленность. Проблема непонимания вытекает из этого с неизбежностью. Рассчитывать исправить положение дел посредством совершенствования коммуникации бессмысленно. Как итог приходится признать, что перспективы установления взаимопонимания в современном мире, все более опасном и антагонистичном, удручающие. Однако признание данного обстоятельства представляется необходимым шагом, предваряющим возможный поиск конструктивного решения.

Литература:

1. Ильин В.В., Тимофеев А.В. О непонимании. Вестник ТвГУ. Серия "Философия". 2016. № 4.
2. Миронова Е.А. Язык - главный путь из ситуации человеческого непонимания. Симбирский научный вестник. 2010 №2.
3. Гапанович С.О. Гендерная толерантность: антропологический смысл и тенденции концептуальной эволюции //Летягин Л.Н. и др. Картина человека: философия, культурология, коммуникация. Коллективная монография. Санкт-Петербург, Издательство: РГПУ им. А.И. Герцена 2016.
4. Манхейм К. Избранное. Диагноз нашего времени. — М.: Юристъ, 1994. — 704 с.

УДК 070+30+32, ББК 60+66

В.А. Сергеев  
Vladimir Sergeev  
vas@omzg.sccc.ru, vasvlanser@mail.ru

### **Онтология Z-индивидов в коммуникациях социума Ontology of Z-individuals in the communications of society**

*Институт вычислительной математики и математической геофизики СО РАН, г. Новосибирск  
Institute of Computational Mathematics and Mathematical Geophysics (ICMMG) of Siberian Branch of  
Russian Academy of Sciences (SB RAS),  
Novosibirsk, Russia*

В статье развиваются представления о типах и видах знаний. Вводятся классифицирующие основания для Z-индивидов знаний - генераторов и трансляторов. Формулируются гипотетические утверждения о трансляции знаний.

Ключевые слова: спектр знаний, Z-индивиды знаний, классы трансляторов знаний.

The article develops ideas about the types and varieties of knowledge. Classifying bases for Z-individuals of knowledge - generators and translators are introduced. Formulated hypothetical statements about the translation of knowledge.

Keywords: knowledge spectrum, knowledge Z-individuals, knowledge translator classes.

Данная статья продолжает и развивает представления и теоретические положения о типах, видах знаний и их сертификации, приведённые в работах [1, 2].

Под **Z-индивидами** в данной статье будем понимать индивидов, генерирующих, транслирующих (=распространяющих) и потребляющих знания Z.

**Знания Z могут относиться** к наукам (Н), практикам (П) либо искусствам (И). Они могут быть доказанными (Д) (вербально - через наблюдение, эксперимент или теоретический вывод) либо гипотетическими (Г). Знания в Н (как Д, так и Г) основаны на некоей теории и логике (Л), а знания от П – лишь на эмпирии, и передаются на языке ощущений (О) или\и логики, в виде указательных наименований и показа алгоритмов действий (предписывающих или запрещающих). Философия (Ф) и религия (Р) относятся к Г-знаниям по доказанности; но по стилю передачи знаний философия относится к Н (через логику, без эмоций - Э), а религия – к И (через эмоции и внушение). Кроме того, особенность Р – в резком и необоснованном завышении достоверности тех знаний, с которыми Р оперирует (т.е. Г-знания в Р подаются необоснованно как Д-знания). Специфика искусств (в отличие от наук и практик) – в передаче знаний посредством возбуждения эмоций.

Таким образом, получаем **спектр знаний 9 типов**: НТЛД, НТЛГ, ПЛД, ПЛГ, ПОД, ПОГ, ФЛГ, РЭГ, ИЭГ.

**Z-индивиды** могут быть людьми или животными. Поскольку создание и передача теоретических знаний требует сложных сигнальных и коммуникативных и абстрактных систем (речи, текстов и др.), то люди оперируют со всеми указанными типами знаний, а животные – только с ПОГ и ИЭГ (то есть искусство тоже есть у животных!, пример: очарование павлина, попугая и т.п.).

**Генераторы и трансляторы (Z-индивиды) знаний** всех типов у людей могут быть:

- по креативности и силе интеллекта: У – умные, С – середнячки, П – посредственности; У сами постигают сущности «Мира», его объекты и процессы, его закономерности и законы; С сами не генерируют знания, но способны их оценить, воспринять и применять; П не могут и этого;

- по честности: Ч – честные (не выдающие ложные знания ЛЗ за истинные знания ИЗ или, наоборот – ИЗ за ЛЗ) и Л – лжецы (делающие именно это);

- по активности: А – активные (в генерировании и\или распространении) знаний и М – малоактивные.

Обобщая, получаем **12 классов трансляторов знаний**: УЧА, УЧМ, УЛА, УЛМ, СЧА, СЧМ, СЛА, СЛМ, ПЧА, ПЧМ, ПЛА, ПЛМ.

По поводу распространения знаний относительно любого социума можно высказать следующие **гипотетические утверждения У** (теоремы, требующие доказательства).

У1. Среди трансляторов знаний на практике (в СМИ, в учебных заведениях, на различных форумах) встречаются представители всех 12 классов.

У2. По любому информационному каналу современного общества (Интернет, ТВ, радио, печатные СМИ, наружная реклама) передаются как ЛЗ, так и ИЗ.

У3. Самыми опасными и вредоносными в социуме являются трансляторы знаний класса УЛА.

У4. Самыми полезными в социуме являются трансляторы знаний класса УЧА.

У5. Трансляторы знаний класса УЧА в социуме в огромном дефиците. А именно они вытаскивают социумы (цивилизации, народы, страны) из мерзости лжи и из мрака незнаний, невежества!

У6. Во все времена принадлежать к УЧА было крайне опасно! Такими были, например, Дж. Бруно и Г. Галилей. Те, кто СЛА и ПЛА, преследуют и репрессируют таких с особой ненавистью.

У7. Проблема замусоренности мирового информационного пространства (аналогичными и пересекающимися знаниями и, особенно, за счёт ЛЗ), возможно, острее, чем проблема замусоренности бытовыми и промышленными отходами.

У8. Проблема не востребованности ИЗ, сложности их продвижения и восприятия связана, в числе прочего, и с плохим отбором, включением и отбраковкой трансляторов знаний.

У9. Институты, генерирующие и распространяющие знания, можно так расположить по убыванию их авторитетности и доверительности: наука и вузы > практика > искусство > религии.

У10. Во всём мировом информационном пространстве необходима цензура от науки.

У11. По аналогии с системой рекомендательных возрастных ограничений в потреблении художественной информации (типа 18+), необходима система различных рекомендательных ограничений по разным параметрам личности.

У12. Все знания от Р должны быть запрещены к распространению как ЛЗ-знания.

#### Литература

1. Сергеев В.А. Верификация и кастинг данных, информации, знаний и их носителей в социуме // Коммуникативные стратегии информационного общества: Труды 4-ой Междунар. науч.-теор. конф., 16-18.11.2011, Спб. - С. 137-145.
2. Сергеев В.А. Кванты знаний и нормативы теории // Коммуникативные стратегии информационного общества: Труды IX Междунар. науч.-теор. конф., Спб, 26-27 октября 2017г.: Изд-во СПб Политехн. ун-та, 2017. - 384 с. - С. 78-86.

**СЕКЦИЯ 2. ЦЕННОСТИ, ТРЕНДЫ И ТРАДИЦИИ В СОВРЕМЕННОМ  
ОБЩЕСТВЕ**  
**SECTION 2. VALUES, TRENDS AND TRADITIONS IN MODERN SOCIETY**

УДК 324:008(470+571), ББК 66.2:71.0(2)

С.В. Клягин  
Sergey Klyagin  
sklaygin@gmail.com

**Медиа (есть) медиа: об актуальных трактовках феномена медиа**  
**Media as the ‘Presence to Self’: Towards Interpretations of the Media Phenomenon**

*Российский государственный гуманитарный университет  
Финансовый университет при Правительстве РФ  
Russian State University for the Humanities  
Financial University under the Government of the Russian Federation*

Реальность информационного социума обусловлена природой феномена медиа. В актуальных трактовках этого феномена преобладает подход, в котором трансформационный аспект медиа преобладает над транзитивным. Сообщение медиа состоит в том, что оно изменяет реальность (М.Маклюен), ее структуру и параметры. Присутствие медиа обнаруживается как особого рода «место», локус проявления реальности в целом. При таком подходе можно разнообразить демаркации и определения объектного состава медиасферы, а также увидеть перспективу построения медиа ориентированных онтологий информационно-коммуникативного социума.

Ключевые слова: медиа, реальность, онтология, сообщение, Маклюен

Understanding of actual social reality dynamics derives from explications of the medium phenomenon. According to the original meanings of the well-known thesis, the medium is not a text portion. Moreover, it emerges like a «pulp of light» (McLuhan), or a peculiar ontological locus where the mixed, energy charged and oscillating reality opens simultaneously to outside as the 'presence to self' of the continuous immanent message of the Being.

Keywords: medium, ontology, reality, message, being, McLuhan.

Общепризнано, что в современном социуме средства коммуникации являются фактором социальной динамики. Вместе с тем в масштабных социальных трансформациях всё более полно раскрывается природа, сущностные черты феномена медиа как такового. Дальнейшее осмысление устройства медиа может способствовать более дифференцированному и функционально пригодному для различных прагматик построению структур социального порядка.

Изучению феномена медиа является предметом внимание исследователей как в уже ставших классическими трудах [1], так и в актуальных публикациях на эту тему [2]. В исследованиях отмечается самодостаточность и сложность феномена медиа, его относительная самостоятельность, конституирующая роль в поле коммуникативных практик. Важным пунктом, однако, остается определение приоритетов в понимании природы медиа. Необходимо обратить внимание на то, что феномен медиа – это нечто более обширное и в плане онтологической определенности более «раннее» относительно предметно явленного горизонта средств, каналов и технологий коммуникации (Н.Кириллова) и «передающей», транзитивной, роли медиа в целом (Р.Дэбре).

Интересно, что идеи для понимания медиа как медиа, то есть как ддящегося и проявляющегося присутствия некоей онтологической возможности, были предложены еще М.Маклюеном. Тезис М.Маклюена «The Medium is the Message» не может ограничиваться представлениями о линейном структурировании реальности («канал коммуникации»). Медиа – это именно медиа, ибо само по себе, в силу своего проявления и присутствия оно является сообщением [1, С. 16]. Примечательно, что М.Маклюен использовал различные образы, пояснения и игру слов для разьяснения смысла своего тезиса. Он сравнивал феномен медиа с осветительной лампой (light bulb), которая создает особую среду просто фактом своего присутствия. [3, Р. 8]. Этот же смысл усиливается и в другой работе Маклюена «The Medium is the Massage»: «Медиа – это массаж. Любое понимание социального и культурного изменения невозможно без знания о том, как медиа работает именно в качестве части среды» [4].

Итак, уточнение исходных смыслов интерпретации феномена медиа позволяет увидеть его в новом ракурсе как область своего рода «осциллирующей» реальности. Суть медиа проявляется в длении границы различения и неразличения объектной определенности. Поэтому проживание и выговаривание этого сохраняющегося непокая становится «дыханием» живого медиального самоприсутствия, где (и откуда) медиа наполняется квантами «сообщений» после-Содержательного содержания.

Литература:

1. Дебрэ Р. Введение в медиологию. М., 2009. Кириллова Н.Б. Медиалогия как синтез наук. М., 2013. Луман Н. Медиа коммуникации. М.: Логос, 2005. Маклюен М. Понимание медиа: внешние расширения человека. М., 2003.
2. Клюканов И. Сообщение и Забытие. М., 2018; Клягин С.В. Разнообразие как медиа социального // Вестник РГГУ. Серия «Политология. Социально-коммуникативные науки». № 1/11. М., 2013; Кириллова Н.Б. Медиалогия как синтез наук. М., 2013; Медиа, медианаука и философия медиа // Логос. Том 25. # (104) 2015.
3. McLuhan M. Understanding Media, 1964.
4. McLuhan M., Fiore Q. The Medium is the Massage, 1967.

УДК 316.77, ББК 60.0

А.Т. Кулсариева, М.Э. Султанова, Ж.Н. Шайгозова

A.T. Kulsarieva, M.E. Sultanova, Zh.N. Shaygozova

aktolkyn777@mail.ru, madina-sultanova@yandex.ru, zanna\_73@mail.ru

### **Ценности, тренды, технологии и художественный продукт в современном визуальном искусстве Казахстана**

### **Values, trends, technology and art product in the modern visual art of Kazakhstan**

*Казахский национальный педагогический университет имени Абая, Алматы, Казахстан  
Abai Kazakh National Pedagogical University, Almaty, Kazakhstan*

Сегодня современные художники все чаще используют компьютерные технологии. Это может быть полностью цифровая живопись, графика и т.д. или же обращение к возможностям различных графических программ для создания композиции, колористических вариаций и поисковых эскизных вариантов на предварительном этапе. Так как Интернет и цифровые технологии – уже неотъемлемая часть нашего мира, становится все труднее классифицировать визуальное искусство, определять его формы и идеи, а также осознавать место и роль художника как уникальной творческой единицы с его художественным продуктом. Авторы статьи рассматривают тренды и актуальные ценности в современной казахстанской живописи и как все это коррелируется с традиционными

представлениями об авторском художественном произведении. В этом контексте важным моментом является проблема творческих интерпретаций, реминисценций и плагиата, для которых просторы Интернета стали плодородной нивой. Основным проблемным полем выступают современные тенденции в казахстанской живописи, в том числе результаты двух национальных художественных конкурсов 2012 и 2016 годов, приуроченных к годовщинам Независимости государства. Эти самые масштабные за четверть века Независимости события в творческой жизни страны можно рассматривать как чуткий барометр и объективное отражение художественных процессов, происходящих в Казахстане.

Ключевые слова: визуальное искусство, цифровые технологии, художественный продукт, Казахстан

Currently, computer technologies are widely used by the painters of today. It can be completely digital painting, graphics, etc. or reference to capabilities of various graphic programs to create compositions, coloristic variations and search design options at a preliminary stage. Since the Internet and digital technologies are already an integral part of our world, it is becoming increasingly difficult to classify visual art, determine its forms and ideas, and also realize the place and role of a painter as a unique creative unit with its artistic product. The authors of the article look into trends and actual values in the modern Kazakhstani painting and their correlation with traditional ideas about the author's artwork. In this context, the key aspect is the problem of creative interpretations, reminiscences and plagiarism, for which the Internet has become a fertile ground. The central problem is the present-day Kazakhstani painting trends, also in view of the results of two national art competitions of 2012 and 2016, arranged to coincide with the anniversaries of the Independence of the state. These most large-scale events in the country's artistic life within the quarter-century Independence can be viewed as a sensitive barometer and an unbiased reflection of artistic processes encountered in Kazakhstan.

Keywords: visual art, digital technologies, art product, Kazakhstan

**Введение.** Сегодня дигитальные технологии – часть нашей повседневности. Помимо обычных социальных контекстов – коммуникаций, производства и т.д., цифровой мир все глубже проникает в художественное творчество. Причем не только в информационное сопровождение (уже привычное для нас поле), но в сам творческий процесс. Ценность и смысл художественного продукта (к примеру, живописного), ранее в целом незыблемые, теперь все чаще подвергаются сомнению.

Искусствоведы все чаще оспаривают или же поддерживают те или иные инициативы современной визуальной культуры, где обычные предметы и явления – телевидение, Интернет, анимационные фильмы, видеоигры, события и тематические мероприятия, организованные в крупных торговых центрах становятся ее неотъемлемой частью. И в то же время это – актуальная проекция социальной, идеологической и часто даже политической картины нашего мира.

Само пространство визуального искусства стало своеобразной цифровой феерией интерактивного выставочного контента, синтеза стилей, манер, видов художественного творчества, старых и новых представлений о месте и роли художника во всем этом процессе [1].

То, что происходит сейчас в сфере изобразительного искусства, представляет собой больше вопросов, чем ответов. Дигитальные технологии, способы создания художественного продукта, его экспонирование, дальнейшее продвижение, практики архивирования ныне часто связаны с определенными проблемами. Мы имеем в виду восприятие этого самим автором, творческим сообществом и социумом.

По мнению Фрэнсис Т. Марчесс в обозримом будущем понимание места цифрового мира в искусстве будет зависеть от обновленного мышления и практических действий художников, арт-критиков и кураторов [2]. Сейчас все больше живописцев прибегает к ресурсам Photoshop, причем речь идет, собственно, не о компьютерной живописи, а об использовании этой программы, к примеру, для создания эскиза – композиции, подбора примерного колорита и т.п.

Далее художник может работать в привычном формате реальными кистями и красками. Но тут неизбежно возникают вопросы, а не влияет ли такое упрощение и ускорение на художественную ценность картины, отвлекает ли такой способ автора от процесса его творческого поиска, и многие другие.

Цифровой мир позволяет быстро искать и просматривать гигабайты визуальной информации, тысячи картин, иллюстраций и фотографий. Художник может находить интересные ему сюжеты, форматы и художественные методы для осмысления и вдохновения. Существенным фактором тут является и возможность узнать актуальные тенденции на художественном рынке, стилевые тренды. Но Интернет невольно становится также и источником многочисленных реминисценций, реплик и зачастую откровенного копирования.

Основной задачей статьи является анализ доминирующих сейчас определенных ценностей и трендов в живописном пространстве современного Казахстана, в том числе относящихся к технико-технологическому аспекту. В исследовательском фокусе художественный продукт, который чаще всего позиционируется в арт-салонах и галереях как носитель «национального своеобразия», претендует на «историческую достоверность», а также выдвигается на высокие конкурсные площадки республиканского и национального формата - самых престижных событий в творческой жизни страны за двадцать пять лет ее независимости.

Авторы статьи не намерены обращаться к конкретным персоналиям, здесь гораздо важнее аналитическое осмысление ценностных ориентаций и формирующихся на их основе трендах, задающих тон в современном казахстанском художественном процессе.

**Методы.** Методологической основой настоящего исследования выступает художественно-философский и культурно-исторический методы. Аксиологический инструментарий позволяет выявить некоторые ценностные ориентиры современного отечественного визуального искусства. Также авторы обращались к аналитическому, ретроспективному и сравнительно-историческому подходам.

**Результаты.** Эпоха Независимости обусловила реализацию одной из ключевых задач в республике – создание и продвижение национальной идеи – основы идентичности, которая смогла бы стать ядром многих процессов от политических до социальных. За последние три-пять лет в Казахстане принят ряд очень важных решений в области государственной культурной политики (Концепция культурной политики РК, Программа-проект «Рухани Жанғыру», отдельные положения Послания Президента Республики Казахстан Н. Назарбаева народу Казахстана «Третья модернизация Казахстана: глобальная конкурентоспособность») [3], [4], [5].

Эти знаковые шаги стали логическим продолжением процессов, возникших еще в 70-80-х гг. XX века и открыто развернувшихся в 90-х. Беря во внимание выраженную полиэтничную специфику Казахстана, базовым элементом еще с начала 90-х годов стал мультикультурализм. На этой основе вот уже более двадцати пяти лет формируется новая культурная идентичность. И хотя этот процесс весьма непрост, он уверенно движется [6], [7], [8], [9].

Культурная идентичность во многом стала стержневой идеей современного казахстанского визуального искусства. Поток художественного контента, исполненного «национального своеобразия», многократно возрос. Есть, безусловно, достойные работы, сопрягающие высокий творческий уровень, вкус, профессионализм и понимание момента. Но все же большинство современного живописного и графического продукта – результат буквальных представлений «возвращения к истокам», часто визуализированных посредством многочисленных апроприаций, реминисценций и реплик.

На передовой, открытое и понятное всем своей художественно-образной организацией оказывается, прежде всего, салонное искусство. В случае с актуальным искусством все обстоит сложнее, так как это скорее не столько сам результат, сколько художественный процесс, поиск, составляющий основу оригинальных художественных практик, сформировавшихся во второй половине прошлого века.

Даже поверхностный анализ художественного контента, имеющегося практически в каждом отечественном коммерческом арт-салоне, галерее и т.д., показывает, что в тренде по-прежнему те же сюжеты, что и десять-пятнадцать-двадцать лет назад. Это – отвлеченные стандартные «национальные мотивы» – пафосные события с облавными охотами, провозглашениями в ханы, клятвами батыров, прощаниями воинов, поединками и проч.; аллегорические и символические сюжеты, связанные с абстрактной тематикой, – наследие, дальняя дорога, вечное кочевье и т.п. обряды, обычаи и праздники, дастарханы, сватовство, проводы невест и т.д.; бытовые сцены – гости-угощение, приготовление пищи, мать и дитя, жайляу и многое другое.

Безусловно, эти мотивы универсальны и вечны. Во многом, они являются стержневыми, так как это – своеобразные якорные точки нашей этнической памяти и мифопоэтики. Однако проблема тут видится не в сюжетах, а в их восприятии самими художниками и в том, как они образно и «технически» воплощают это в своих работах.

Весьма показательны тут итоги первого республиканского творческого конкурса «Казахский народный эпос. История и традиции казахского народа», инициированного Государственным музеем искусств Республики Казахстан им. А. Кастеева (ГМИ РК) и компанией ArLine. Этот крупный культурный проект был нацелен на создание высокохудожественных живописных произведений искусства.

К участию приглашались отечественные профессиональные художники с высшим или средним художественным образованием. Работы должны были быть

созданы в 2012 году, имеют большой формат, написаны маслом и в академической реалистической манере.

Помимо демонстрации уровня профессиональной художественной школы, ключевой задачей мероприятия являлось создание работ, достойных лучших музеев и являющихся эстетическим воплощением разных аспектов национальной идеи через одну из самых ярких его граней - традиционный эпос.

Работы, представленные на конкурс, в своем большинстве были иллюстрациями обычаев и традиций – комфортная привычная тематика. Как таковой эпос присутствовал только в нескольких картинах, другие же авторы прибегли к стандартной «эпичности», сопровождающейся претенциозной эффективностью исполнения – верным признаком салонного стиля.

В целом и жюри, и многие посетители выставки конкурсных работ отметили, что, художественный уровень картин был гораздо ниже ожидаемого, обозначенные в требованиях конкурса эпико-фольклорные сюжеты в большинстве работ либо вовсе отсутствуют, либо откровенно слабы и, соответственно, не выражены.

Здесь уместны два важных вывода: современная казахстанская профессиональная школа живописи пребывает в стагнации, уступив свои позиции салонному и концептуальному искусству; налицо значительное ослабление ценностных ориентиров в области знания и понимания собственной культуры и, как следствие, поверхностное отношение к традициям, фольклору и национальной истории.

Этот конкурс обозначил давно назревшие идейные, сюжетные и технические проблемы непосредственно в творческой среде, и дал возможность молодым художникам (особенно из регионов) вступить в конкурентную борьбу. Отдельно подчеркнем, что этот конкурс, возможно впервые за долгое время поднял вопрос ответственности художника за свой продукт. Работа, выставленная автором на продажу в салоне, и та, что претендует на участие в республиканском конкурсе с весьма жесткими требованиями к художественной ценности, чаще всего - разные вещи.

Полагаем, что особенно в таких областях как история и фольклор, художники, берущиеся за трансляцию важных, а иногда ключевых событий, формирующих национальный исторический нарратив, должны иметь высокую степень морально-нравственных обязательств [9].

Несколько лет спустя в 2016 году состоялся другой конкурс «Бабалар ансаған Тәуелсіздік» («Независимость, завещанная предками»), имеющий уже статус национального. Это – совместный проект Министерства культуры и спорта Республики Казахстан и Государственного музея искусств им. А. Кастеева по созданию живописных и скульптурных произведений, посвященный истории казахского народа и приуроченный 25-летию Независимости страны.

С учетом уже имеющегося опыта, организаторы проекта выдвинули конкурсные требования, обозначив цель, задачи и рекомендуемые пути их реализации. Итоги

конкурса были доступны для публичного просмотра в формате двух масштабных выставках в Астане и Алматы, а также в формате выставочного каталога.

Целью стало «содействие патриотическому воспитанию средствами художественно-образного осмысления и воплощение важных исторических событий и личностей нашего государства в контексте ценностей национальной идеи «Мәңгілік ел». Совершенствование и повышение профессионального художественного уровня мастеров изобразительного искусства, создание конкурентной среды для художников». Последние наряду с историками и учеными, писателями и философами объявлялись летописцами истории, духовной культуры, жизни нации и страны [10].

Наряду с уже знакомыми требованиями: профессиональное художественное образование, новизна работ (не ранее 2016 г.), реалистическая манера, холст-масло (для живописи), бронза-алюминий-мрамор (для скульптуры), большие размеры работ, были выдвинуты два принципиальных пожелания: сюжеты - *конкретные исторические эпизоды* национальной истории до начала XX века включительно; особого внимания жюри удостоятся произведения, сумевшие оригинально, осмысленно и убедительно визуализировать *малоизвестные сюжеты истории* Казахстана.

В отличие от конкурса 2012 г. здесь было два отборочных тура. На первом рассматривались и утверждались эскизы будущих работ. Эскиз обязан был сопровождаться пояснением-обоснованием историографии выбранного сюжета и концептуального замысла автора. На втором этапе отбирались работы, соответствующие всем требованиям, и допускались к конкурсу.

Учитывая важность и масштабность задач конкурса, а также степень ответственности мастеров, как перед собой, так и перед страной, ГМИ РК организовал для всех участников конкурса открытый лекторий, пригласив ведущих историков и искусствоведов страны. Состоялось несколько лекций от ведущих ученых и искусствоведов республики по истории Казахстана на разных временных этапах, и по особенностям исторического жанра в мировой живописи.

Определенная часть конкурсных работ была отклонена уже на первом этапе по «техническим» причинам: несоответствие условиям конкурса в размерах и тематике работ, профессионализме, манере, времени. Некоторые художники игнорировали четкие сюжетные требования проекта и снова эксплуатировали стандартные отвлеченные «национальные» темы - дастарханы, караваны, батыры, вечное кочевье и т.д. Не все авторы смогли предоставить исторически объективное обоснование выбранного им сюжета. Часть работ была выполнена не в требуемой реалистической технике и/или была профессионально слабой.

Жесткий отбор сделал этот конкурс серьезным знаковым национальным проектом. Допущенные к участию работы в большинстве случаев показали, что казахстанские художники намного осознаннее и ответственнее отнеслись к задаче, выдвинутой перед ними. Следует отметить, что в рамках этого проекта помимо привычно-пафосных мотивов многие конкурсанты действительно старались

сосредоточиться именно на *конкретных и малоизвестных* исторических эпизодах и героях.

Критически анализируя результаты этого конкурса, очевидно, что, несмотря на амбициозность проекта, национальный статус, престижность, денежные премии победителям и возможность существенно поднять свой авторитет в отечественном творческом сообществе, общее количество участников было меньше, чем в 2012 году, а из 90 заявленных мастеров, отборочный этап преодолело всего около 70 человек.

Полагаем, причиной этого могут быть весьма непростые требования, налагающие определенную ответственность на участников. Творчество далеко не всех отечественных живописцев и скульпторов отличается профессиональной реалистической манерой. Еще меньше тех, кто серьезно работает в историческом жанре и избегает клишированных салонных сюжетов.

Живописцы, отмеченные призовыми и поощрительными местами, преимущественно обратились к реальным историческим событиям, связанным в основном с периодом казахского ханства. Тут трагические исторические страницы казахско-джунгарских войн, начало коллективизации и вполне мирные сюжеты с реальными историческими личностями. Хотя и тут не обошлось без пафосных и в целом невнятных сюжетов, претендующих на некую «историчность». Остальная масса конкурсантов вновь погрузилась в аморфность салонных трендов.

В рамках этого проекта, возможно, не все цели были достигнуты, но, тем не менее, результаты были весьма существенны: среди призеров конкурса появились молодые художники и вообще состав участников существенно омолодился, некоторые заслуженные мастера решили только поучаствовать в итоговой выставке, а не самом конкурсе. А наиболее важным итогом нам видится то, что некоторые молодые участники, в отличие от многих опытных и заслуженных, стремились в точности выполнить все условия конкурса, особенно требования по сюжету.

Итоги этих двух конкурсов, которые разделяет всего четыре года, демонстрируют ценности и тренды, господствующие сейчас в современном визуальном искусстве Казахстана. Можно увидеть, какие сюжеты, жанры и манеры доминируют, а какие забываются или сознательно избегаются.

Однозначно, что конкурсы такого масштаба проводились в стране впервые и потому в значительной степени всколыхнули всю культурную среду: художники писали картины, журналисты и общественность активно обсуждали, искусствоведы, культурологи и педагоги получили пищу для размышлений. Обнажились разные проблемные области в осмыслении людьми своей истории и культурного наследия, а многие художники и в особенности молодые стали лучше понимать важность своих возможностей и своей миссии в укреплении национальной идеи и создании ценностных ориентаций.

На наш взгляд, в области современного художественного творчества высветились и еще весьма важные контексты. Мы говорим о технико-технологическом аспекте, который с активным включением Казахстана в глобальный

мир и формат третьей промышленной революции, стал существенно влиять на художественный процесс.

Не секрет, что сегодня все чаще художники прибегают к возможностям современных технологий, в том числе и цифровых. Это не только Photoshop как бесценное подспорье в построении композиции и формировании эскиза на подготовительном этапе, но и, к примеру, проектор, с помощью которого несоизмеримо быстрее перенести эскиз на холст. Иногда некоторые художники вообще распечатывают широкоформатной печатью эскиз-подмалёвок на холсте, а потом только «доводят до ума» маслом или акрилом.

Понятно, что это чрезвычайно сокращает время работы автора над картиной. Но это также может повлечь вопросы к аутентичности самого художественного процесса, где «рука» мастера участвует не в полной мере.

Еще один чрезвычайно важный и полемичный момент представляет собой проблема сюжетной и композиционной вторичности/плагиата. Вопросы заимствования и репликации – давние и до сих пор невыясненные. Изобразительное искусство, музыка и литература – здесь наиболее уязвимые области художественного творчества. Еще в Средние века предпринимались попытки хоть как-то защитить авторские права, но особенно этот процесс обострился в XVIII в. и с тех пор не теряет своей актуальности [11].

Думается, что в целом, вне означенных конкурсов, в рамках работы художников на заказ и для продажи как таковой, организации персональных выставок или участия в коллективных вернисажах столь пристального внимания к творчеству казахстанских живописцев со стороны общественности не наблюдалось. Но конкурсы 2012 и 2016 годов вызвали огромный интерес в социуме, активное обсуждение и полемику.

Работы рассматривались жюри и посетителями выставок, освещались в СМИ и социальных сетях. В результате обозначился резкий всплеск интереса ко всему отечественному искусству и тонкостям художественных процессов. Как следствие, одним из самых спорных вопросов стала дифференциация апроприации как возможного толчка к созданию и реализации собственных оригинальных решений; реминисценций, имеющих преимущественно интеллектуальный контекст; компиляций (изо-сэмплинга); и откровенного плагиата.

В этом отношении возможности Интернета способны оказать как положительное влияние на художника (узнать «свои» и мировые тренды, получить доступ к многообразию глобального художественного контента, вдохновиться лучшими творческими образцами, сделать себя узнаваемым и т.п.), так и отрицательное (критическое обсуждение творчества, сравнение, в том числе и на предмет плагиата, так как доступный автору контент доступен и всем другим).

«Насмотренность» некоторых современных художников время от времени трансформируется в опосредованное на их взгляд, но в реальности видимое невооруженным глазом копирование, причем большинство не прилагает особых усилий для «творческого переосмысления». «Жертвами» часто становятся не самые

заметные в Казахстане зарубежные художники и иллюстраторы XX века. Хотя бывают исключения, когда апроприируются работы достаточно известных мастеров, причем еще ныне здравствующих.

**Заключение.** Глобальный мир предъявляет свои требования к современному художнику, который может работать в формате «старой школы» или же стать приверженцем цифрового искусства. В любом случае это потребует от него широкого спектра знаний. По словам Энн Софи Леманн, сегодня концепция, производство и технология столь тесно переплетаются, что прежние практики должны быть адаптированы к новым художественным реалиям, а нынешние технологии вдохновляют и создают новые значения и контексты [12]. И это вкупе с дигитальным миром открывает для художника огромные возможности и формирует новые ценности.

Но наряду с этим, параллельно с позитивными тенденциями, формируются и негативные тренды, размывающие как художественную, так и смысловую ценность творческого продукта. Подражательство, бездумное и безответственное копирование чужих работ для создания своей как подарок «из рук в руки», для купли-продажи в небольшой коммерческой галерее – факт в целом малозаметный для широкой общественности, но при этом достаточно тревожный с точки зрения анализа и перспектив развития отечественного арт-рынка.

Но если подобный «художественный» продукт выдвигается на имиджевые конкурсы, претендует на признание, экспонируется в музее, это, в свою очередь, сразу повышает его статус и в результате стоимость. И на этой почве может сформироваться устойчивый тренд, который не только оправдывает отсутствие высокого профессионального и гражданского уровня автора, но и дискредитирует действительно актуальные для страны ключевые ценности.

Искусство - один из самых действенных методов привлечения внимания к проблемам общества. Обостренная интуиция и особое видение помещают художников в авангард социокультурного развития общества. Поэтому их роль в формировании и продвижении наиболее важных ценностей и смыслов неопределима.

Литература:

1. Taylor Pamela G., Carpenter B.S. Mediating Art Education: Digital Kids, Art, and Technology. Visual Arts Research. Vol. 33, No. 2, 2007, pp. 84-95.
2. Marchese F.T. Conserving Digital Art for Deep Time. Leonardo. Vol. 44, No. 4, SIGGRAPH 2011 Art Papers and Tracing Home Art Gallery. The MIT Press, 2011, pp. 302-308.
3. Концепция культурной политики РК <http://adilet.zan.kz/rus/docs/U1400000939>.
4. Статья Главы государства «Взгляд в будущее: модернизация общественного сознания» [http://www.akorda.kz/ru/events/akorda\\_news/press\\_conferences/statya-glavy-gosudarstva-vzglyad-v-budushchee-modernizaciya-obshchestvennogo-soznaniya](http://www.akorda.kz/ru/events/akorda_news/press_conferences/statya-glavy-gosudarstva-vzglyad-v-budushchee-modernizaciya-obshchestvennogo-soznaniya).
5. Послание Президента Республики Казахстан Н. Назарбаева народу Казахстана. 31 января 2017 г. «Третья модернизация Казахстана: глобальная конкурентоспособность» [http://www.akorda.kz/ru/addresses/addresses\\_of\\_president/poslanie-prezidenta-respubliki-kazahstan-nazarbaeva-narodu-kazahstana-31-yanvarya-2017-g](http://www.akorda.kz/ru/addresses/addresses_of_president/poslanie-prezidenta-respubliki-kazahstan-nazarbaeva-narodu-kazahstana-31-yanvarya-2017-g).
6. Abazov R., Khazbulatov A. Experimenting with Multiculturalism and Globalization: The Case of Kazakhstan's Cultural Policies. // Il Nodo di Gordio. 2015. No. 8, pp. 170-179.
7. Schatz E. The Politics of Multiple Identities: Lineage and Ethnicity in Kazakhstan. // *Europe-Asia Studies*. 2000, Vol. 52, No. 3, pp. 489-506.

8. Mukazhanova K. The Politics of Multiple Identities in Kazakhstan: Current Issues and New Challenges. / Multiple Identities: Migrants, Ethnicity, and Membership, 2013, USA. Indiana University Press. pp. 265-289.
9. Kulsarieva A., Sultanova M., Shaigozova Zh. Folklore and identity: history, memory and myth-making in the modern visual culture of Kazakhstan. News of the national academy of sciences of the Republic of Kazakhstan, No. 5 (321): National Academy of Sciences of the Republic of Kazakhstan, 2018, pp. 105-111.
10. Национальный конкурс на создание произведений живописи и скульптуры, посвященных истории казахского народа «Бабалар ансаған Тәуелсіздік» («Независимость, завещанная предками»). <https://artist-union.kz/konkurs-na-sozdanie-proizvedenij/>.
11. Булгакова А. Апроприация и копирование в творчестве старых мастеров – рабство или соперничество? // Мир искусств: Вестник Международного института антиквариата ASG. Научный журнал, № 4 (16), 2016. С. 108-116.
12. Lehmann A-S. Hidden practice: Artists' working spaces, tools, and materials in the digital domain. Digital Material: Tracing New Media in Everyday Life and Technology. Amsterdam University Press, 2009, pp. 267-282.

УДК 316.77, ББК 60.0

П.А. Петров  
Peter Petrov  
Kalinin11823@gmail.com

### **Особенности современного культурно-исторического процесса Features of the modern cultural-historical process**

*Санкт-Петербургский Политехнический университет Петра Великого  
Peter the Grete St. Petersburg State Polytechnic University*

Современный культурно-исторический процесс протекает под влиянием глобальных трансформаций в социокультурной, финансово-экономической и политической сферах. Эти глобальные трансформации были инициированы странами Запада и за счет них осуществляется попытка переустройства мира. Но каковы последствия такого глобального реформирования? И есть ли ему альтернативы?

Ключевые слова: культурно-исторический процесс, глобализация, социокультурные трансформации, глокализация, космополитизация.

The modern cultural-historical process process takes place under the influence of global transformations in the socio-cultural, financial, economic and political spheres. These global transformations were initiated by the countries of the West and due to them an attempt is made to reorganize the world. But what are the consequences of such a global reformatting? And is there any alternative to it?

Keywords: cultural-historical process, globalization, sociocultural transformations, glocalization, cosmopolitization.

Многие проблемы связанных с особенностями современного культурно-исторического процесса уже поднимались ранее в работах отечественных исследователей [1] [2] [3] [4]. И уже не является дискуSSIONным то, что в мире реализуется именно Западная, «центристская» модель глобализации. Ее проводники и бенефициары видят в ней проекцию созданных западным обществом (в большей степени США и меньшей ЕС) экономико-финансовой, политической и социокультурных матриц на весь остальной мир, который должен быть «перестроен» под стандарты запада.

Доминирующая «центристская» социо-культурная модель развития оказывает огромное влияние на современный культурно-исторический процесс, однако несмотря на это сохраняются и другие, потенциальные модели — эволюционная, евразийская, исламская. В рамках такой доминирующей модели развития, используя мир-системную концепцию И.Валлерстана, источником и основным проводником глобализации становятся страны ядра сложившейся мир-системы (т.е. страны Западной Европы и США). Такая глобализация с одной стороны, частично способствует формированию единого мира в области финансов, экономики, политики и культуры, но с другой стороны, она тем самым генерирует конфликты. Эта конфликтность связана с тем, что «глобальные игроки», пытаясь создать новый глобальный порядок, навязывают свою социо-культурную, финансово-экономическую и политическую модель остальному миру. При этом объявляя их единственно верными. Это и вызывает отторжение приводящее к конфликтам со стороны других (не западных) обществ. Возникающие противоречия не возможно решить в рамках существующих международных институтов т.к. они оказываются недееспособными.

Из-за такого положения вещей в последние годы параллельно процессами глобализации, инициированными наднациональными структурами, проходят еще два процесса — космополитизации и глокализации. Процесс космополитизации был инициированный снизу и представляет собой формирование единого коммуникативного пространства и единого рынка между гражданами различных стран, на основе новых технологий.

Второй процесс — глокализация. Он протекает в условиях «прессинга» национальных правительств со стороны наднациональных акторов. Глокализация усиливает роль «локальных» т.е. традиционных (по отношению к глобальным т.е. Западным) ценностных ориентиров, институтов и систем. Происходит явление при котором глобальные процессы такие как например «вестернизация» и всемирная экономическая интеграция приводят к не к формированию «единого мира», а наоборот еще больше разобщают его. Из за давления западных стран на других происходит создание локальных межгосударственных объединений для защиты своих национальных интересов, сохранения своей культурной самобытности. Процессы глокализации начинают противостоят глобализационным процессам, дублируя их и приводя формированию контр-объединений (по отношению к действующим наднациональным структурам).

Здесь проявляется много вариантность направлений развития культурно-исторического процесс. Которая однако, ограничена существующими моделями социокультурного цивилизационного развития. Несмотря на довольно длительное доминирование «центристской» модели развития, нельзя исключать возможность реформирования существующей мир-системы на основе других — «глобальных» или же «компромиссных» моделей.

Литература

1. ФИЛОСОФИЯ КОММУНИКАЦИИ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ.  
Биби С., Сиберс Й., Антонова И.Б., Гиренок Ф.И., Березовская И.П., Гнатюк О.Л., Жукова Е.Н., Калмыков А.А., Клюканов И.Э., Клягин С.В., Коломейцев И.В., Кулсариева А.Т., Лукьянова Н.А., Мурейко Л.В., Протасенко И.Н., Сафонова А.С., Суший Е.В., Фелл Е.В., Фомин А.П., Штейнман М.А. и др. Под редакцией С.В. Клягина, О.Д. Шипуновой. Санкт-Петербург, 2013. - 260 с.
2. ФИЛОСОФИЯ КОММУНИКАЦИИ. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ.  
Шипунова О.Д., Клягин С.В., Кузнецов Д.И., Антонова И.Б., Березовская И.П., Гиренок Ф.И., Гранин Ю.Д., Жукова Е.Н., Калмыков А.А., Мурейко Л.В., Романенко И.Б., Романенко Ю.М., Серкова В.А., Ростова Н.Н., Осипова Е.А. Санкт-Петербург, 2017.- 272 с.
3. Петров П.А., Серкова В.А. Глобализационные процессы и выбор современных цивилизационных ориентиров развития // Научно-технические ведомости СПбГПУ. Гуманитарные и общественные науки. 2018. Т. 9, № 3. С. 49–56.
4. Серкова В.А. Советский опыт взаимодействия с северными народами в глобальном контексте // Арктика: история и современность: тр. междунар. науч. конф. (Санкт-Петербург, 19–20 апреля 2017 г.). СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2017. С. 245–252.

УДК 316.77, ББК 60.0

Е.О. Ковалева, Э.М. Мамедова  
E. Kovaleva, E. Mamedova

### **Ценностно-информационный аспект конфликта поколений Value-information aspect of the conflict of generations**

*Тверской государственной технической университет  
Tver state technical University*

В статье рассматриваются ИТ-технологии как фактор, выявляющий сущность конфликта поколений в современном информационном обществе. Раскрывается специфика взаимоотношений четырех одновременно живущих поколений, причины современных межпоколенных конфликтов и способам их минимизации.

Ключевые слова: информационные технологии, поколение, молодежь, конфликт поколений, культура.

The article considers IT as a factor, revealing the essence of the conflict of generations in the modern information society. Reveals the specifics of the relationship between four generations living at the same time, the causes of modern intergenerational conflicts and ways to minimize them.

Key words: information technology, generation, youth, generational conflict, culture.

Глобальная модернизация оказывает существенное влияние на российское общество, в котором ускоряется динамика социальных процессов, а социально-адаптивная деятельность отстает. Устремления современной молодежи вступают в противоречие с ценностями и представлениями предшествующих поколений. Напряженность между поколениями зависит от масштаба перемен в обществе. В связи этим, традиционные каналы межпоколенной коммуникации теряют свою значимость и актуальность. Усложнению коммуникаций между поколениями способствует префигуративный тип современной культуры. Представления о результатах взаимодействия между поколениями также трансформируются. В частности, старшее поколение все больше прислушивается к мнению молодежи, хотя всегда было принято, что молодежь учится у старших [1]. В обществе одновременно сосуществуют три поколения: дети, зрелые люди и старики, а значит, и три

параллельно существующих реальности и образа жизни [2]. Разные системы ценностей, образов жизни и условий социализации поколений являются источником роста напряженности и конфликтов между ними.

Разные элементы культуры, в связи с ее обновлением, меняются с различной скоростью. В настоящее время особенно быстро развиваются ИТ-технологии, именно в этой области можно заметить наибольшую пропасть между поколениями. Опыта предшествующих поколений становится недостаточно, а процесс освоения поколениями инноваций в этой области происходит одновременно, но с разной скоростью. Основными источниками информации и агентами социализации для молодого поколения становятся не родители, как в традиционном обществе, а СМИ и сеть Интернет.

В результате формируется личность нового типа, которую современные исследователи называют поколением Y. Основными отличиями данного поколения принято считать коммуникабельность (в основном, в сети), индивидуализм, нежелание долго заниматься одним делом, страсть к путешествиям и предпочтение гибкого графика в работе, оптимизм, отсутствие героев-образцов для подражания [3, с. 156]. В отличие от старших поколений современная молодежь с детства имеет возможность использовать ИТ-технологии, а, следовательно, с легкостью их осваивает и активно применяет в быту, работе, учебе.

Возможностей освоения ИТ-технологий у поколения «отцов» не было, а страх перед возможной несостоятельностью в этой области тормозит процесс развития их компьютерной «грамотности». Большинство представителей старшего поколения до сих пор остаются с компьютером «на Вы». Таким образом, «дети» выступают в роли «учителей» своих родителей. Например, все больше некоммерческих организаций занимаются организацией курсов «Бабушки и дедушки онлайн». Подобная смена ролей подрывает авторитет старших, под сомнение ставятся их ценности и образ жизни. В этом видится одна из причин межпоколенных конфликтов в современном обществе.

Различия в мировосприятии, проведении досуга и языке (сленг) способствуют увеличению пропасти между «детьми» и «родителями». Кроме того, родители воспринимают увлечение молодежи ИТ-технологиями не только с положительной стороны, но и с отрицательной. К недостаткам обычно относят деструктивное, опасное для молодой несформировавшейся личности влияние сети Интернет. Проявлением такого влияния можно считать интернет-зависимость. Запреты и ограничения взрослых в отношении использования Интернета вызывают со стороны «детей» негатив и раздражение, что только усиливает конфликт поколений.

Наиболее остро конфликт поколений проявляется конфликт между «дедами» и их «внуками». Между ними возникает настоящий «разрыв поколений», характеризующийся восприятием друг друга как представителей совершенно чужой культуры, интересов, взглядов и мировоззрений [1]. Этому способствуют и разные исторические обстоятельства, и быстрые темпы развития общества, и внедрение новых технологий.

В 2000-е гг вступило в жизнь еще одно поколение, представители которого знакомы с информационной средой с рождения. Информационный язык для них родной, в отличие от других поколений, вынужденных его изучать.

Таким образом, одновременно существуют в настоящее время четыре поколения, которые по-разному относятся к информационным технологиям: «деды», плохо адаптированные к информационной среде, с трудом усваивающее необходимые навыки; «отцы», которые с компьютером «на Вы», но все же знакомы с информационной средой и способны овладеть ее языком; «дети», обучившееся в подростковом возрасте всем особенностям жизни в сети, и «внуки», практически родившееся в сетевой реальности, для них язык информационных технологий является родным. Между этими поколениями возникают конфликтные ситуации, одной из причин которых является то, что одни свободно вращаются в виртуальной реальности, другие сталкиваются с ней от случая к случаю, как гости. Однако, этот конфликт между старшими и младшими поколениями со временем стирается, молодежь накапливает свой опыт и уже в реальном мире приобретает те знания, которые не может получить от старшего поколения. В свою очередь, «отцы» и «деды» также познают новые реалии жизни, осваивают информационные технологии, которые ранее казались недоступными.

Литература:

1. Мид М. Культура и преемственность. Исследование конфликта между поколениями // Мид М. Культура и мир детства. – М.: Наука; Главная редакция восточной литературы, 1988. – С. 322–361
2. Ортега-и-Гассет Х. Избранные труды: пер. с исп. / Сост., предисл. и общ. Ред. А.М. Рутчевича. – М.: Весь Мир, 1997. – 704 с.
3. Хомякова Е.И. «Поколение Y» в контексте социального взаимодействия в современном обществе // Известия Томского политехнического университета. 2011. – Т. 319. – № 6. – Экономика. Философия, социология и культурология. С. 153–156

УДК 81-26:811.21, ББК 81.2 Хинд-5

Е.А. Костина, А.В. Челнокова  
Ekaterina Kostina, Anna Chelnokova  
e.kostina@spbu.ru, ladyeng@mail.ru

**Лингвистические особенности коммуникации «мать-дочь» в современном хинди  
(на материале повестей Кришны Собти)  
Linguistic aspects of communication between mothers and daughters in modern Hindi  
(evidence from Krishna Sobti's stories)**

*Санкт-Петербургский Государственный Университет  
Saint-Petersburg State University*

В современном мире иерархические социальные структуры традиционного общества (в том числе, большая семья) подвергаются серьезным изменениям, что находит отражение на коммуникативном уровне. В сообщении рассматривается один из аспектов коммуникации между матерью и взрослой дочерью: используемые ими формы местоимений и глаголов второго лица. В связи с тем, что в хинди для этих языковых единиц одной из основных характеристик является степень субординации (пониженная, нейтральная или повышенная), их рассмотрение позволяет сделать выводы об особенностях иерархических отношений между участницами коммуникации. Материалом для исследования послужили две повести современной индийской писательницы

Кришны Собти, отражающие проблемы, с которыми сталкиваются женщины разных слоев индийского общества.

Ключевые слова: литература хинди, женское письмо, система субординации, коммуникация в семье

In the modern world, the hierarchical social structures of a traditional society (including the extended family) are undergoing serious changes, which are reflected on the communicative level. The paper considers one of the aspects of communication between the mother and adult daughter: the forms of pronouns and verbs of the second person that they use. Due to the fact that in Hindi one of the key characteristics of these language units is the degree of subordination (familiar, neutral or honorific), examination of these units' behavior in the texts allows us to draw conclusions about the features of the hierarchical relations between the participants of communication. The study is based on the two stories by Krishna Sobti (a classic of contemporary Hindi literature), reflecting problems faced by women from different segments of Indian society.

Key words: Hindi literature, women writing, subordination system, family communication

Тема данного сообщения — особенности коммуникации, ее форм и приемов, в рамках пары «мать-дочь» на материале повестей индийской писательницы К. Собти (р. 1925) «Чертова Митро» (*Mitro marjānī*) и «Эй, девушка!» (*Ai lar̥kī!*). Основным предметом исследования стали формы используемых в этих парах местоимений и глаголов второго лица.

Местоимения второго лица хинди (и соответствующие им глагольные формы) могут быть противопоставлены друг другу на основании тесно взаимосвязанных между собой категорий числа (точнее, способности указывать только на один или один или несколько предметов) и субординации. Категория субординации, или вежливости, «передает отношения социальной иерархии, отражаемые в традиционной этикете: более высокое, равное, низшее» [1, с. 156]. Представления о субординации и вежливости могут выражаться как лексически (уважительные частицы, выбор подчеркнуто-вежливых или невежливых апеллятивов и т.п.), так и грамматически. В языке хинди наиболее ярко и последовательно категория субординации проявляется в глагольных и местоименных формах второго лица.

В хинди существует три местоимения второго лица: *tū* (фамильярное или интимное), *tum* (нейтральное) и *āp* (почтительное или маркирующее дистанцию). Приведенные значения весьма условны, поскольку при выборе местоимения для обозначения адресата говорящий на хинди может руководствоваться множеством пересекающихся факторов, имеющих как языковой, так и экстра-лингвистический характер (подробнее о категории субординации см., например, [2], [3, с. 97-99]). Поскольку трехступенчатая система субординации хинди не совпадает с двухступенчатой системой русского языка «ты-вы», в переводах примеров степень субординации будет обозначена дополнительно: (Ф) для фамильярного, (Н) для нейтрального, (П) для почтительного, (Н-Ф) для нейтрально-фамильярного и (П+) для гиперонорифического обращения.

С точки зрения анализа коммуникационных стратегий пара «мать-дочь» представляет особый интерес, поскольку в традиционном индийском обществе отношения между матерью и взрослой дочерью не являются строго регламентированными [4, р. 57]. В то же время, несмотря на существующую неопределенность, для хинди можно отметить общие тенденции в отношении выбора

форм обращения в этой паре. Оформляя диалоги между своими героинями в соответствии с этими тенденциями или вопреки им, литераторы хинди получают возможность представить читателю дополнительную лингвистическую характеристику персонажей.

Индийский социолингвист К.С. Мисра [5] произвел анализ апеллятивных стратегий хинди на основании достаточно широкого корпуса текстов (4 романа классика литературы хинди Премчанда). Для достижения большей точности исследования все герои романов были разделены им на 2 группы: G1, в которую вошли представители более «высоких» слоев общества (высшие касты, образованные люди) и G2 (средние и низкие касты, люди с невысоким уровнем образования) [5, pp. 7-9]. Это разделение объясняется тем, что, по справедливому замечанию Дх. К. Джайна, в индийском обществе «уровень вежливости растет вместе с уровнем образования» [2, p. 89], и для каждой из групп характерны свои способы оформления субординации.

Для пары «мать-дочь» из группы G1 К.С. Мисра отмечает следующие закономерности.

Мать использует в отношении дочери формы нейтральной субординации (местоимение *tum* и соответствующие ему глагольные формы). Фамильярное *tū* допустимо по отношению маленькой дочери; если мать обращается на *tū* ко взрослой девушке, это свидетельствует об особой привязанности или временном переживании матерью особо теплых чувств в отношении дочери. Взрослая дочь, в свою очередь, обращается к матери с использованием формы повышенной субординации *āp*, переходя на *tum* в случае эмоциональной нестабильности (сердита или напротив чувствует особую привязанность, как в детстве) [5, p. 47].

В семьях G2 мать обращается к дочери с использованием *tū*, дочь отвечает нейтральными формами [5, pp. 47-48].

Выбранные для исследования повести К. Собти интересны тем, что позволяют проверить наблюдения К.С. Мисры на более современном литературном материале, ярких произведениях одного из главных направлений современной литературы хинди, т.н. «женского письма» (хин. *mahilā / strī lekhan*).

Литературное направление «женское письмо», в основе которого лежит бинарная оппозиция мужского и женского, появилось в литературе хинди в 1960-е, и с тех пор занимает одно из ведущих мест. Теоретическую базу представительницы индийского «женского письма» черпали в разработанной на Западе в середине XX века философии феминистской критики, отдавая предпочтение ее англо-американскому варианту (Вирджиния Вульф, Кейт Миллет и др.). Главный посыл этой теории заключается в том, что авторы-мужчины, превалировавшие на литературной сцене вплоть до середины XX века, оказываются неспособны создать полноценные женские образы, делая их излишне обобщенным, либо идеализируя, либо демонизируя героинь [6, p. 2]. И лишь женщина-автор способна преодолеть эту дихотомию, поскольку в ее героинях неизбежно будет отражаться она сама, реальная женщина.

Произведения, созвучные философии феминистской критики начали появляться в хинди задолго до того, как в оборот был введен термин «женское письмо» [7, p. 52]. Вначале они были преимущественно поэтическими (Махадеви Варма и др.), т.к. поэзия воспринималась традицией как более высокий литературный род, да и женщины-поэты были широко известны в Индии по крайней мере с эпохи бхакти (Мира Баи и др.). Отношение индийских читателей и критиков к этому явлению до сих пор остается неоднозначным, у него есть как сторонники (Раджендра Ядав, Индра Пракаш Пандей), так и яростные противники (Джаядева) [6, p. 55].

Кришна Собти (род. 1925) – признанный классик «женского письма»; на протяжении всего своего творчества она рисует порой далекий от традиционного, но всегда достоверный портрет нынешней женщины, отражает перемены в восприятии женщин обществом и женском самоощущении. Центральный образ многочисленных романов Кришны Собти — это новая женщина, твердо намеренная найти свое место в современной жизни, а порой готовая и активно бороться за это.

Большую известность Собти принесла написанная в 1966 году повесть «Митро, чтоб тебе умереть!» (*Mitro marjānī*), в которой читатель встречает яркий и провокационный образ замужней женщины, которая ищет себя и пытается понять, что ей нужно в жизни. Митро, эта новая для литературы хинди героиня, вынуждена искать свое место в большой традиционной индийской семье, где под одной крышей живет три поколения – родители и трое сыновей с женами, пока бездетные. Каждая семейная пара символизирует собой определенное отношение к традиционному распределению ролей внутри семьи – от полного принятия в случае со старшим сыном и его женой до открытого бунта в случае с Митро.

Кришна Собти известна своей особой, «женской», стилистикой; для ее произведений характерны живой язык, исповедальная интонация, глубокий психологизм [8, p. 496]. Интересна эволюция женских образов в творчестве писательницы, которое впитало в себя сразу несколько литературных направлений (романтизм, реализм, прайогвад), стилей и техник, но неизменно характеризуется гуманизмом, интересом к внутреннему миру людей. Яркие и противоречивые – в первую очередь, женские, – характеры, перипетии и неожиданные повороты судьбы, человеческие страсти и желания находятся в центре внимания автора, а общественная жизнь и исторические события в стране или в мире при этом остаются лишь фоном [9, p. 344].

Особое место в творчестве писательницы занимает написанная в 1991 г. автобиографическая повесть «Эй, девушка!». В предисловии Кришна Собти описывает историю своих отношений с матерью, рассуждает о вечной теме взаимоотношений двух поколений. Когда мать писательницы серьезно заболела и оказалась прикованной к постели, дочь ухаживала за ней. В какой-то момент мать перестала обращаться к дочери по имени и подзывала ее «эй, девушка». Трагедия потери матери, пережитая Собти-женщиной, не могла не отразиться в творчестве Собти-писательницы. На тяжелом моменте, когда мать перестает узнавать родную дочь, то есть не переживает за нее, не волнуется, как сложится ее дальнейшая жизнь,

а скорее воспринимает ее как некое «женское существо», писательница и строит данную повесть. Это диалог двух женщин, двух поколений, двух миров.

Предисловие к первому изданию книги, озаглавленное «Как я писала “*Ai larḱī*”», представляет большую ценность для исследователя, поскольку в нем автор не только подробно рассказывает историю замысла и создания произведения, но и делится своими сокровенными переживаниями, в нем Собти-писательница предстает как Собти-женщина. *Ai larḱī* — это повесть-прощание писательницы с матерью, в которой она показывает прочную связь между умирающей матерью и ухаживающей за ней дочерью, стремится описать все невысказанное, что стоит между ними.

Ключевая идея повести родилась из слов, которые ее мать постоянно повторяла во время болезни: «Огонь будет гореть» (*āg jalī hogī*). Они указывают на преемственность поколений, непрерывность в мире женского начала. В качестве лейтмотива в повести используется образ непрерывно горящего источника света - это огонек настольной лампы в комнате больной, с описания которого начинается повесть и который не гаснет до самого конца повествования. Эту повесть-прощание Собти замыслила как рассказ о бессмертии человеческого духа [10, р. 6].

Из всех произведений К.Собти повести «Эй, девушка!» и «Чертова Митро» были выбраны по ряду причин: их героини принадлежат к разным группам по классификации К.С. Мисры, они построены как диалоги, а следовательно, изобилуют формами второго лица, и, наконец, только в них можно отметить достаточное количество случаев непоследовательной реализации категории субординации, перехода между формами в общении одних и тех же людей. Этот феномен заслуживает особого внимания, поскольку может трактоваться не только как способ отражения языковых реалий, но и как своеобразный литературный прием.

Героини повести «Эй, девушка!» относятся к группе G1, и, подтверждая наблюдения К.С. Мисры, преимущественно используют в диалоге формы *āp* и *tum* соответственно: *yah na bhūlo ki tum mā se bāt kar rahī ho* [10, р. 24] — «Не забывай, что ты (Н) с матерью **разговариваешь** (Н)»; *ammī, āp ab kuch tāzā mahsūs kar rahī hāī na?* [10, р. 18] — «Мамочка, **вы** (П) теперь немного легче себя **чувствуете** (П)?».

Однако если дочь на протяжении всей повести остается верна выбранной коммуникационной стратегии, мать время от времени переходит на формы пониженной субординации. Поначалу может сформироваться впечатление, что этот переход осуществляется спонтанно и мать просто невнимательна к субординационной оппозиции. Подтверждением этому может служить контекстуально немотивированный переход *tum-tū-tum* в рассказе матери о собственном детстве (цитирует слова своей матери): *tum choḱī thī to <...> ab yah terī choḱī bahan kā hissā hai <...> barī hokar sab samajh jāogī* [10, р. 11] — «Когда ты (Н) была маленькой, то <...> Теперь это доля **твоей** (Ф) младшей сестры <...> Вырастешь — **поймешь** (Н)». Однако далее К. Собти показывает, что мать ощущает грань между степенями вежливости очень остро.

Лечащий врач матери произносит стандартную для общения с пациентом, формульную фразу, но завершает ее нейтрально-фамильярной формой императива

будущего времени (подробнее об этой форме см. [3, с. 262]: *pareśānī mahsūs karē to mujhe fon kar lenā* [10, р. 34] — «Если **почувствуете** (П) беспокойство, **звоните** (Н-Ф) мне». Мать, ранее использовавшая по отношению к врачу только онорифические формы (что вполне соответствует нормам этикета), мгновенно переходит на нейтральную форму, которая в таком контексте кажется невежливой: *jīte raho beṭā, khūb kamāo* [10, р. 34] — «**Будь** (Н) здоров, сынок, хорошо **зарабатывай** (Н)». Почувствовав нарушение нормальной коммуникации, врач в конце разговора повторяет свою фразу, но уже с использованием гиперонорифической формы: *koī pareśānī ho to mujhe apne āp fon kījīyegā* [10, р. 34] — «Если будет что-то беспокоить, **извольте** мне сами **позвонить** (П+)». Описанная сцена вынуждает нас исключить возможность немотивированного перехода между степенями субординации в речи матери.

Переход становится принципиально возможным благодаря субординационной неопределенности, неустойчивости отношений между матерью и взрослой дочерью (в отличие от пары «врач-пациент»), но большинстве случаев текст повести позволяет выявить дополнительные основания для перехода.

Самыми распространенными являются случаи постановки фамиллярную форму императива глагола, открывающего реплику старшей героини и служащего для привлечения внимания, например, *sun larḱī* [10, р. 29, 32] — «**Послушай** (Ф), девушка» или *choṛ de larḱī* [10, р. 31] — «Да **брось** (Ф), девушка». Более экспрессивная фамиллярная форма позволяет матери легче завладеть вниманием дочери, а также выплеснуть накопившиеся отрицательные эмоции. Это наблюдение подтверждается тем фактом, что в продолжающемся разговоре за фамиллярным императивом может следовать нейтральная форма того же глагола: *larḱī, ek bāt to batā!* [10, р. 26] — «Девушка, вот **скажи** (Ф) мне кое-что!»; *par batāo māi kyā karū* [10, р. 27] — «Но **скажи** (Н), что мне делать?».

Также мать переходит на фамиллярные формы в том случае, когда хочет показать дочери свое недовольство: *itnī catur na ban larḱī* [10, р. 42] — «Не **становись** (Ф) такой хитрой, девушка!» или *jo kahtī hū, vahi kar* [10, р. 52] — «Что говорю, то и **делай** (Ф)!». Следует отметить, что к той же стратегии понижения субординации она прибегает и в том случае, когда злится не на дочь, а на свою сиделку Сусан: *mujhe apāhij mahsūs na karvā* [10, р. 76] — «Не вынуждай меня чувствовать себя инвалидом».

Несмотря на то, что переход между степенями субординации наблюдается в речи матери довольно регулярно, его нельзя назвать полным, поскольку личное местоимение пониженной субординации *tū* в прямом, косвенном или объектном падеже по отношению к собственной дочери она не использует. Притяжательные формы *terā* «твой» и *terī* «твоя» по отношению к дочери встречаются в тексте 6 раз, причем они так же «обрамлены» формами нейтральной субординации, как и в приведенном выше примере. Эти формы появляются на «эмоциональном пике» разговора и чаще всего сопровождаются обезличенным обращением *larḱī* «девушка», как и глагольные формы пониженной субординации, не служащие для привлечения

внимания: *laṛkī, uskī foto to dikhā mujhe!* [10, p. 51] — «Девушка, покажи-ка (Ф) мне его фотографию!».

В этой связи интересно отметить, что мать не использует местоимение *tū* в тех случаях, когда вспоминает о детстве дочери (что было бы логично) или в те редкие моменты, когда она благодарит ее или просит об одолжении, а не отдает приказ. Это означает, что установить однозначное соответствие между эмоциональным всплеском и переходом к более интимному местоимению для данного текста невозможно. Скорее можно предположить, что переход «*tum-tū-tum*» свидетельствует о нарушении нормальной связи «мать-дочь», преодолении неприятия и создании новой связи «женщина-женщина», что является своеобразным лейтмотивом повести.

В повести «Чертова Митро» фигурируют три пары «мать-дочь», которые по классификации К.С. Мисры следует отнести к категории G2: Дханванти-Джанко, Маяванти-Пхулаванти, Бало-Митро. Во всех этих парах мать выступает как некий ориентир, своего рода «отправная точка», соотносясь с которой дочь выстраивает социальные отношения в собственной семье, либо повторяя поведение матери, либо отрицая его. Старшая невестка Сухагванти не вступает в контакт с собственной матерью; мы даже не знаем, живы ли ее родители и кто они. В отличие от младших невесток она полностью принадлежит семье мужа и не стремится соблюсти какие-либо собственные интересы, отличные от интересов семьи.

Все дочери уже довольно взрослые, все замужем, однако основными по отношению к ним являются формы пониженной субординации: *janko, terī bhābhī sac kahī hai* [11, p. 958] — «Джанко, **твоя** (Ф) золовка говорит правду». *terī yahī śīrī bātē sunne ko māī taras gaī thī, mitro!* [11, p. 1733] — «Вот именно по таким **твоим** (Ф) сладким речам я и истосковалась, Митро!».

В ситуации эмоциональной нестабильности возможен временный ситуативный переход к нейтральному местоимению *tum*, что может свидетельствовать о нарушении «эталонной» связи. Дханванти-Джанко: *lo, dekho nāsamjhī! beṭī tere bare bhāī-bhaujāī tere ghar kī bast rakhēge?* [11, p. 1004] — «Вот, **смотри** (Н), глупая! Дочка, неужели **твои** (Ф) братья и невестки твоим домом будут заниматься?». Маяванти-Пхулаванти: *phūlā, terī sās itnī sīdhī-sīdhār to nahī... <...> aur, rī, vah burhāū tumhārā sasur?* [11, p. 1123] — «Пхула, а ведь **твоя** (Ф) свекровь не такая простая... <...> А, кстати, что тот старик, **твой** (Н) свекор?»

Дочь в отношении матери в семьях G2 использует преимущественно нейтральную форму *tum*. Переход на *tū* в разговоре с матерью в тексте «Чертова Митро» осуществляется в двух случаях.

Пхула нарушает субординацию в тот момент, когда якобы находится при смерти, и социальные связи перестают играть для нее значимую роль: *bhābo, māī mar gaī to apne jamāī ko kuch na kahnā... tere jamāī ko mālpūe bare bhāte hāī* [11, p. 1527]— «Бхабо, если я умру, не **говори** (Н-Ф) ничего своему зятю... **твоему** (Ф) зятю очень нравятся блинчики».

Семья Митро по рождению – далеко не традиционная, и Митро может позволить себе фривольные разговоры с матерью. Подчеркивая этот факт в присутствии мужа,

она осуществляет спонтанный переход с нейтральной местоименной формы на фамильярную: *tumhāre jamāi se acchā-burā bāñne kā merā to thekā hī thaharā, bībo, par āj tū hī khuṣī kar le!* [11, p. 1743] — «Вообще-то делить печали и радости с твоим (Н) зятем – это мое законное право, но сегодня, пожалуй, наслаждайся ты (Ф)!»

Особого внимания заслуживает последний диалог героинь. Практически сразу Митро совершает переход к фамильярной форме обращения. Поводом для этого становится попытка утешить мать, во время которой Митро сокращает дистанцию и использует *tū: kuch to kah, bībo* [11, p. 1860] — «Ну скажи (Ф) что-нибудь, Бибо».

На протяжении всего дальнейшего разговора Митро продолжает использовать формы пониженной субординации. Поскольку предметом обсуждения становится прошлое Бало, не соответствующее идеалам поведения индийской женщины и матери, Митро также использует *tū* и общается с ней на равных, как с соперницей, а не матерью: *tere dilgārō kī gintī to sau-saikarō mē thī, bībo* [11, p. 1869] — «Количество твоих (Ф) возлюбленных до сотен доходило, Бибо». В завершение разговора Митро возвращается к нейтральному местоимению, но в итоге, не выдержав давления со стороны матери, в гневе снова переходит на *tū: tū siddh bhairō kī celī* [11, p. 1893] «Ты (Ф), прислужница колдунов!».

Как и в случае с повестью «Эй, девушка!» в «Чертовой Митро» переход между уровнями субординации можно считать своеобразным отражением основной идеи повести. В данном случае речь идет о неизбежной модернизации индийской большой семьи, разрушении традиционных и создания новых иерархических структур.

Подводя итог, можно отметить, что в ситуациях неэтикетного, бытового общения на уровне системы субординации местоимений дочери в обеих повестях ожидаемо обращаются к матерям более уважительно, чем матери к дочерям. В семье G1 пара «мать-дочь» остается асимметричной на протяжении всего повествования; переход между формами субординации осуществляет только мать. Находясь в состоянии крайней эмоциональной нестабильности, через изменение субординации мать транслирует свое отношение к ситуации, используя фамильярные формы преимущественно для выражения негативных эмоций.

Дочь, ставшая для матери безымянным воплощением женского начала, демонстрирует со своей стороны эталонную коммуникативную модель: она осознанно и честно исполняет свой дочерний долг и не нарушает типичную для отношений «мать-дочь» субординационную структуру. При этом, поскольку дочь использует в отношении матери формы повышенной субординации, мать, несмотря на стремление «продлить себя» в дочери, не может встать с ней на одну ступень субординационной лестницы: взаимное употребление местоимения *ār* свидетельствует о значительной дистанции между собеседниками.

Для пар «мать-дочь» из группы G2 использование местоимения повышенной степени субординации в принципе не характерно, поэтому для них любой отход от эталонной асимметричной модели приводит собеседниц на один уровень социальной иерархии. Со стороны матери такой «подъем» дочери на нейтральный уровень общения не является чем-то исключительным: взрослые дочери создали свои семьи и

для общества находятся на одной ступени иерархии. В особенности это справедливо в отношении Джанко, которая уже стала матерью. Переход к фамильярному местоимению со стороны дочери, напротив, понижает статус матери и может знаменовать собой смену социальных ролей: Митро разговаривает с матерью о ее любовных связях не как ее дочь, но как женщина.

Посредством работы с системой местоимений Кришне Собти удается на лингвистическом уровне раскрыть образы своих героинь, сделать их более яркими и убедительными, а также подчеркнуть основную мысль своего произведения.

Литература:

1. Зограф Г. А. Морфологический строй новых индоарийских языков: (Опыт структурно-типологического анализа). М., 1976.
2. Jain Dh. K. Verbalization of Respect in Hindi [https://www.jstor.org/stable/30029211?seq=1#page\\_scan\\_tab\\_contents](https://www.jstor.org/stable/30029211?seq=1#page_scan_tab_contents) [Дата обращения: 10.10.2018].
3. Костина, Е.А. Теоретическая грамматика языка хинди: морфология знаменательных частей речи. СПб, 2018.
4. Beth A. L. P. Family Communication: Nurturing and Control in a Changing World. Santa Barbara (California University), SAGE, 2006.
5. Misra K.S. Terms of Address and Second Person Pronominal Usage in Hindi. A sociolinguistic study. Series in Indian languages and linguistics VIII: Bahri Publication, New Delhi, 1977.
6. Singh, Ch. N. Radical Feminism and Women's Writing. New Delhi: Atlantic, 2007.
7. Tharu S. and Lalita K. *Women Writing in India*. New York: Oxford University Press, 1993.
8. Simh B. *Hindī sāhitya kā dūsrā itihās*. Naī Dillī: Rādhākṛṣṇ, 2009.
9. Челнокова А. В. Современная литература хинди: литература без героя? // Россия и Восток. Взаимодействие стран и народов. Труды 10 всероссийского съезда востоковедов. Уфа, 2015 – т.2, сс. 342-345.
10. Sobti, K. *Ai Ladkī*. Dillī: Rājkamal, 2008.
11. Sobtī, K. *Mitro marjānī*. Kindle Edition, 2017.

УДК 316.42, ББК 60.521.2 И75

Н.А. Муликова  
N.A. Mulikova  
n\_mulikova@mail.ru

### **Влияние рекламных коммуникаций на трансформацию ценностных ориентиров современного человека**

#### **The impact of the advertising communications on modern man's values transformation**

*Северо-Кавказский федеральный университет  
North-Caucasus Federal University*

В качестве предмета исследования в статье рассматриваются рекламные коммуникации, их роль в современной цивилизации. Целью работы является изучение влияния рекламных коммуникаций на трансформацию ценностных ориентиров современного человека.

В проводимом исследовании использован аксиологический и культурфилософский подходы в анализе возможностей воздействия основных направлений рекламных коммуникаций как на отдельного индивида, так и на общество в целом.

Значимость исследования определяется возросшей ролью рекламных коммуникаций в формировании идентичности современного человека, его аксиосферы, в способности моделировать необходимую социальную структуру общества.

Ключевые слова: реклама, рекламные коммуникации, рекламные технологии, аксиология, социальная реклама, ценность, аксиосфера.

The subject of the research is advertising communications, their role in modern society. The objective of the work is analysis of the impact of different advertising communications on modern man's values.

This study is based on the axiological, cultural and philosophical approaches used in analyzing the influence of the advertising communications on a separate individual as well as on the society as a whole.

The significance of the work is determined by the increasing role of advertising communications in the process of forming the man's identity, his axiosphere and ability to model an appropriate social structure.

Key words: advertisement, advertising communications, advertising technologies, axiology, social advertisement, value, axiosphere.

Сегодня важным представляется рассмотрение трансформации ценностных ориентиров современного человека под воздействием рекламных коммуникаций с точки зрения аксиологического и культурфилософского анализа. Рекламные коммуникации способны моделировать общественное и индивидуальное сознание, оказывать влияние на поведение индивидов, формировать ценностную сферу бытия, могут рассматриваться как инструмент социальных технологий, способный направлять общественное мнение в заданном направлении развития.

Действительно, в данном контексте рассмотрение рекламных коммуникаций с позиции аксиологического анализа особо актуально, так как в обычной жизни индивиды мало обращают внимание на достоверность предоставленных данных, а больше – на их ценность и прагматическую полезность. Чем больше представленная ценность товара или услуги максимально соотносится с ценностями той или иной социальной группы, тем большая эффективность воздействия рекламных коммуникаций. Потребности определяют базовые ценностные установки, их иерархию, расставляют приоритеты в восприятии окружающей реальности, и это способствует тому, что человек успешно адаптируется в объективной социальной реальности.

Первоначально рекламные коммуникации направлены на мотивирование в пользу представленного товара, услуги, политической партии, какой-либо социальной идеи и т.д. Кроме рационально обоснованных аргументаций всегда предлагают методики по эмоциональному и социальному убеждению, методики воздействия на подсознание. Воздействие рекламных коммуникаций предполагает под собой внушение заданной информации непосредственным образом так, чтобы это воздействие протекало незаметно для субъектов. В этом и проявляется значимость рекламных коммуникаций, заключающаяся, прежде всего, в том, что с их помощью можно формировать ценностную сферу бытия.

Рассматривая рекламные коммуникации как средство достижения поставленных целей в плане формирования ценностей в общественном сознании, можно выделить ряд особенностей.

Во-первых, они могут быть представлены неким кодом, так называемым «метаязыком», который закодирован на определенном языке, вследствие чего, рекламные коммуникации становятся социальным институтом, главная задача которого интерпретация смысла, к тому же они обладают властью семиотического характера. Посыл, транслируемый в рекламе, является в большей степени

идеологическими установками, нежели чем обычной реальностью. В культуре на сегодняшний день, где представляемые символы способствуют формированию общества, они нередко выглядят лучше, чем их референты, поэтому им приходится дотягиваться до заданных идеалов. Соответственно, рекламные коммуникации способны стать передаточным звеном не только в трансляции идеологических установок, но и при необходимости способны осуществлять подмену окружающей действительности.

Во-вторых, рекламные коммуникации являются незаменимым звеном между отношениями духовного, материального, политического и социального характера. Они опираются на определенную систему ценностей, формирующуюся в той или иной сфере общественной жизни. В каждой из данных сфер представлена своя иерархия жизненно важных установок, например, в духовной сфере – это и семейные, гендерные, моральные и др. При этом рекламные коммуникации осуществляют программирование субъектов не только на выбор товара или услуги, это важнейшая их задача, но и задает параметры на программирование заданных взаимоотношений и направленного поведения. Вплетая товар или услугу в структуру символического обмена, происходит одновременное опредмечивание ценностных установок, которые являются доминирующими в этом обществе. В данном процессе отождествляется рекламируемый товар с конкретной социальной группой, с набором индивидуально-психологических характеристик. Происходит навязывание тех или иных ценностных установок, используя привлекательность рекламных сообщений, применяющих все возможные методы эмоционального воздействия, тем самым легитимизируя транслируемые ценности и установки и делая их обязательными к принятию. В конечном итоге, рекламные коммуникации используются для утверждения социальных норм и установок. Причем рекламные коммуникации не являются единственной социальной технологией транслирования заданных ценностей, это процесс масштабный, в него вовлечены все средства массовой коммуникации, и телевидение, и газеты, журналы, в последнее время наибольшую популярность приобретает и Интернет. С помощью них также происходит формирование необходимой социальной структуры общества. Отталкиваясь от информации, циркулирующей в экономической сфере общественной жизни, можно констатировать, что в данном случае целевая аудитория выступает в качестве товара. Таким образом, рекламные коммуникации представляют собой один из вариантов, который обеспечивает поддержку существующего общественного строя и социальной системы.

В-третьих, воздействие рекламных технологий должно быть незаметным для индивидуального и массового сознания, поэтому и применяются методы создания максимально привлекательной рекламы.

Учитывая, что на сегодняшний день практически ни у кого не вызывает сомнения важность формирования идеологии общественного строя, общественного сознания, то для реализации этой цели можно использовать такой вид рекламных коммуникаций, как социальная реклама. Именно через социальную рекламу

возможна трансляция определенных ценностных установок, необходимых для создания единого информационного пространства, наполненного общечеловеческими ценностями.

Прежде чем выявить механизм воздействия и восприятия социальной рекламы, необходимо определиться в категориальной сущности данного феномена. Несмотря на очевидность ее существования, все-таки имеется достаточный арсенал пониманий, который выливается в многообразие определений социальной рекламы.

В Федеральном Законе Российской Федерации «О рекламе» дается следующее определение «Социальная реклама – информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на достижение благотворительных и иных общественно полезных целей, а также обеспечение интересов государства [4]. К тому же, в социальной рекламе не допускается упоминание о конкретных марках (моделях, артикулах) товаров, товарных знаках, знаках обслуживания и об иных средствах их индивидуализации, о физических лицах и юридических лицах, за исключением упоминания об органах государственной власти, об иных государственных органах, об органах местного самоуправления, о муниципальных органах, которые не входят в структуру органов местного самоуправления, и о спонсорах.

Опираясь на небольшой опыт исследований феномена социальной рекламы, следует отметить следующие точки зрения.

Следует согласиться с мнением исследователя данного явления О.В. Колокольцевой в том, что социальная реклама представляет собой сложное, многоаспектное, требующее всестороннего анализа с различных точек зрения социокультурное явление [2, с.6]. Проблемы, касающиеся социальной рекламой, представляют достаточно широкий спектр вопросов, которые затрагивают психологические, политические, экономические, идеологические и, конечно же, социальные стороны изучаемого явления, а также затрагивают вопросы рассмотрения места и роли социальной рекламы в системе общественных отношений и в системе массовой коммуникации.

Одним из наиболее емким, но, тем не менее, раскрывающим суть, выглядит определение социальной рекламы, представленное В.В. Ученовой и Н.В. Старых: «Социальная реклама как явление – это один из потоков массовой информации, который ориентирован на гуманизацию общественных отношений» [3, с.3]. Эта точка зрения как нельзя лучше рассматривает социальную рекламу как фактор формирования ценностных установок.

Из приведенных выше определений можно сделать вывод о том, что важнейшая особенность и свойство социальной рекламы – трансляция определенных социокультурных образцов и ценностей, способных оказывать культурно-психологическое воздействие на человека, она пропагандирует нормы нравственности, правила поведения.

Предметом социальной рекламы является идея, которая должна обладать определенной социальной ценностью. Вследствие чего, целью социальной рекламы должно являться изменение отношения общества к какой-либо проблеме, а в долгосрочной перспективе – выработка новых социальных ценностей. Долгосрочная ориентация свойственна социальной рекламе, которая стремится внести в общество такие общегуманистические ценности, как мирное сосуществование, терпимость к инакомыслию, просвещенность, доброту, способность к взаимопониманию, привязанность к близким людям, формированию патриотических чувств и т.д. Естественно, что процесс формирования ценностных установок в общественном сознании длителен и требуется продолжительный промежуток времени, вплоть до нескольких десятилетий, чтобы изменить мировосприятие членов общества. Поэтому важно постоянно и планомерно вводить в информационное пространство социальную рекламу, основанную на гуманистических ценностях.

Как мы уже отмечали, реклама не только транслирует ценности общества, в котором она существует, но и формирует их. В связи с этим Л.Н. Федотова отмечает: «... утверждая ценности, разделяемые всеми членами общества, ... реклама способствует сохранению стабильности общества, а, участвуя в формировании новых ценностей, задает ориентиры в движении социума, содействует его трансформации» [5, с. 35].

Эффективность социальной рекламы обусловлена степенью соответствия ценностным ориентациям, отраженным в данном информационном потоке и разделяемым обществом. Успех или неуспех ее прямо определяется общим ценностным полем воспринимающих ее людей. Таким образом, если реклама для достижения своих целей апеллирует к доминирующим в обществе социально-психологическим ценностям и мотивациям, то она в свою очередь может служить примером ценностей и мотиваций, распространяемых в обществе. Вместе с тем, важно иметь в виду и другой аспект проблемы взаимосвязи общества и рекламы, а именно влияние общественных процессов на функционирование рекламы как общественного института. Реклама как институт формирует символическое социальное пространство и через систему символов легитимирует социальную жизнь. «Реклама выступает одним из институтов, который включен в систему духовного воспроизводства и который играет весьма существенную роль в символической экипировке повседневности. Легитимизация средствами рекламы – это акцентирование внимания на тех или иных феноменах и наделение их знаками престижного, должного, совершенного. Реклама наполняет мир своими собственными смыслами» [5, с. 62].

Рекламная информация не просто создается, перемещается и используется, но и получает определенную оценку со стороны индивидуумов, групп и общества в целом, то становится очевидным, что реклама создает пространственно-подобную конструкцию, представляющую собой определенный срез социального пространства. Этот срез можно назвать социоинформационным пространством, причем добавление «социо» содержит также культурологические, экономические и политические

аспекты. В таком пространстве осуществляется взаимодействие информационной инфраструктуры, присущей рекламному пространству, с экономической, социальной, политической и культурной инфраструктурами.

Социальная реклама не только задает стандарты поведения в той или иной ситуации, но и в значительной степени определяет мораль общества и его этические параметры, выступает как самый активный пропагандист ценностей. Интересно мнение американского социолога Дж. Бузи: «Рекламные объявления играют основополагающую и ни с чем не сравнимую роль в создании привычек и обычаев, в распространении и закреплении культурных и исторических клише» [6, с. 33].

Социальную рекламу следует рассматривать как важный элемент современной жизни. У нее в отличие от собственно рекламы свои цели и задачи, важнейшими среди них является способность к изменению поведенческих моделей. Именно данный аспект в значительной мере следует учитывать при формировании ценностной сферы бытия.

Специфика социальной рекламы состоит в том, что она отражает социальные проблемы общества и ориентирует человека на необходимость их решения. Рассматривая информационное пространство социальной рекламы, французский ученый Ж.-М. Дрю отмечает: «Об идеалах нации говорят ее рекламные объявления. В рекламе вы видите всю страну» [1, с. 20]. С ним можно согласиться. На самом деле реклама какой-либо страны о многом говорит: об общем уровне культуре, о доминирующих ценностях, о наличии тех или иных потребностей, жизненных целей, об объединяющей идее и т.д. Субъект, воспринимая рекламу, с необходимостью реализует поведенческие нормы, заложенные в социальной рекламе.

Таким образом, рекламные коммуникации изучаются как важнейшая форма непрерывного взаимодействия человека с миром, с другими людьми, с вещами и т.д. Они, отражая действительность, становятся условием гармонизации индустриально-технологической и информационно-технологической рациональности, условием гармонизации отношений человека и природы.

Состояние российского общества зависит от качества основополагающих идей, ценностей и смыслов, функционирующих в новых исторических реалиях. В 90-е годы XX века процессы, происходящие в политической жизни России, привели к разрушению традиционных устоев, трансформации моральных норм, а также в целом к видоизменению национальной культуры. В этот же период были потеряны те основы социальной рекламы, которые существовали в советское время. Уровень ее развития был достаточно высок, носил в наибольшей степени политический характер и контролировался органами государственной власти. Каким же представляется выход из сложившейся ситуации? На сегодняшний день происходит восстановление общественных связей, формирование новых ценностей, новой идеологии. И, конечно, одним из важнейших средств решения данной проблемы выступает социальная реклама.

Транслируя стандартные и обобщенные ценности, нормы, идеалы общества, реклама упорядочивает социальные отношения, что также может быть рассмотрено с

разных сторон. Отрицательная сторона определена упрощенным видением мира, сведением смысла жизни до владения вещами, культивированием меркантильности, представлением отношений между людьми, общественных идеалов как тождественных товарам. Положительный аспект проявлен в том, что в сложном многогранном, разрозненном обществе реклама представляет четкий, понятный взгляд на мир, общедоступность которого может трактоваться как необходимое условие стабильности современной социальной реальности.

Таким образом, аксиологические аспекты играют лидирующую роль в рекламном процессе как на этапе создания произведения, так и на этапе его циркуляции в обществе. Не будет преувеличением сказать, что с аксиологической точки зрения рекламные коммуникации формируют и распространяют ценностно насыщенную информацию. Квалификация, мастерство, результативность творческих участников рекламной деятельности напрямую соотносятся с их способностью распознавать иерархию ценностей различных общественных групп и в соответствии с этим строить свою креативную стратегию. Все это актуализирует внимание к рекламной коммуникации, передающей духовный опыт в виде моделей потребительского поведения, формирующих поведенческие установки индивидов, жизненных ценностей в современном трансформирующемся мире.

Литература:

1. Дрю Ж.-М. Ломая стереотипы / Пер. с англ. под ред. Л.А. Волковой. – СПб.: Питер, 2006. – 272 с.
2. Колокольцева О.В. Социальная реклама в процессе формирования ценностных установок трансформирующегося общества / Под ред. С.И. Барзилова. – Саратов: Саратов. гос. техн. ун-т, 2003. – 128 с.
3. Ученова В.В., Старых Н.В. Социальная реклама. – М.: ИндексМедиа, 2006. – 304 с.
4. Федеральный закон РФ от 13.03.2006 г. №38 – ФЗ «О рекламе».
5. Федотова Л.Н. Социология рекламной деятельности. – М.: Гардарики, 2002. – 272 с.
6. Феофанов О.А. Реклама: новые технологии в России. – СПб.: Питер, 2008. – 384 с.

УДК 069:378, ББК 66.2:71.2

**Т.Е. Сиволап, В.И. Терехова**  
Tatiana Sivolap, Valentina Terekhova  
tntslp@mail.ru, terekhova-v@mail.ru

### **Ценностные ориентации студенческой молодежи в современном российском обществе**

#### **Value orientations of students youth in modern russian society**

*Санкт-Петербургский государственный институт кино и телевидения  
St. Petersburg State Institute of Cinema and Television*

В данной статье авторы предприняли попытку рассмотреть особенности развития современного российского общества и определить проблемы ценностных ориентаций современной студенческой молодежи.

Ключевые слова: информационное общество, молодежная социальная среда, нравственное воспитание, этнокультурное развитие, ценностные ориентации.

In this article the authors attempted to consider the features of the development of modern Russian society and to identify the problems of value orientations of modern student youth.

Keywords: information society, youth social environment, moral education, ethnocultural development, value.

Современное российское общество находится на очередном этапе своей трансформации, который затрагивает все стороны жизни людей. Происходящие перемены человек воспринимает как новые возможности для своего развития. Социальная мобильность, смена сфер деятельности способствуют развитию человека как личности. Каждый получает возможность воздействовать на свою личную жизнь и на социально-культурную окружающую среду. Особенности мировосприятия, стиль общения человека с окружающей его реальностью, характер ментальных процессов получают отражение во всех областях жизнедеятельности общества. Естественно, что этот процесс, так или иначе, затрагивает и систему традиционных ценностей и установок социума.

В информационную эпоху наблюдается возврат к традициям и реализуется это в тех формах, которые востребованы временем и соответствуют конкретному этапу развития общества. В системе формирования человека как личности, особое место отводится национальным, историческим, религиозным и культурным традициям.

Авторы данной статьи предприняли попытку обозначить проблему ценностных ориентаций современной студенческой молодежи. Становление молодежи в условиях формирования новых социальных отношений и социокультурных перемен, вызванных очередным этапом информационного развития, порождает определенные проблемы в отношении её к традиционным ценностям [1, С. 548].

Известно, что происходит переоценка традиционных ценностей, норм и традиций. Возникает вопрос, на что же ориентируется молодой человек в этой переоценке. Если это ведет к размыванию ценностных основ общества и ослаблению межпоколенной преемственности, то создание нового социального опыта и передача его следующему поколению вызывает серьезное опасение. Очень важно чтобы ценностные предпочтения молодежи, способствовали выбору соответствующего места в обществе, обогащали и развивали личность, а это будет отражаться на жизни общества в целом.

Студенческая молодежь наиболее активно вовлечена в многочисленные процессы модернизации современного российского общества. Ей принадлежит роль формирования потенциала будущего инновационного общества. Как показывает практика, в выборах современной студенческой молодежной среды прослеживаются две тенденции, которые связаны с базовыми ценностями. Во-первых, получить хорошее образование и найти работу по специальности; во-вторых, создать стабильную материальную базу для создания прочной семьи с одним–двумя детьми. Семья воспринимается как прочный союз людей, объединенных чувством любви, взаимопонимания и ответственности.

Очень важно способствовать и влиять на формирование ценностей семьи и брака в сознании молодежи как важнейшего элемента общей культуры человека, но с учетом тех изменений, которые объективно происходят в социально-экономическом, социокультурном и демографическом поле развития российского общества.

Особое внимание в современном обществе уделяется проблемам этнокультурного развития молодежи в условиях унифицирующего влияния

глобализации; это является важной задачей социальной политики государства, особенно в таких многонациональных и поликонфессиональных странах, как Россия. Этнокультурное развитие позволяет сформировать в молодежной среде толерантное отношение к представителям различных этноконфессиональных общностей и навыки межкультурного общения, способствует профилактике межнациональных конфликтов. Этнокультурное образование имеет высокую значимость в развитии личности. Его роль раскрыта в «Национальной доктрине образования в Российской Федерации», которая определяет цели воспитания и обучения, пути их достижения посредством формирования государственной политики в области образования. В доктрине одной из первостепенных целей ставится обеспечение исторической преемственности поколений, сохранение, распространение и развитие национальной культуры, воспитание бережного отношения к историческому и культурному наследию народов России, а также развитие культуры межэтнических отношений и гармонизации национальных и этнокультурных отношений.

Таким образом, система ценностных ориентаций студенческой молодежи, выступает в виде проекции отношения её к реальной социальной действительности. И в этом случае важен баланс ценностных ориентаций и эффективности системы воспитания студенческой молодежи.

Литература:

1. Константиновский Д. Л, Вознесенская Е. Д, Чередниченко Г. А. Молодежь России на рубеже XX – XXI веков: образование, труд, социальное самочувствие. – М; ЦПСиМ, 2014.

УДК 070+30+32, ББК 60+66

В.А. Сергеев  
Vladimir Sergeev  
vas@omzg.sssc.ru, vasvlanser@mail.ru

### **Коммуникации поколений в свете сталинских репрессий Communication of generations in the light of Stalinist repression**

*Институт вычислительной математики и математической геофизики СО РАН, г. Новосибирск  
Institute of Computational Mathematics and Mathematical Geophysics (ICMMG) of Siberian Branch of  
Russian Academy of Sciences (SB RAS), Novosibirsk, Russia*

В статье анализируются черты процесса сталинских репрессий, результаты и последствия этих репрессий, их негативные и позитивные оценки разными социальными сторонами, увязывается тема этих репрессий с вопросами современности.

Ключевые слова: черты процесса сталинских репрессий, результаты репрессий, оценивающие стороны, репрессии и современность

The article analyzes the features of the Stalinist repression process, the results and consequences of these repressions, their negative and positive assessments by various social parties, and connects the topic of these repressions with contemporary issues.

Keywords: features of the process of Stalinist repression, the results of repression, evaluating the parties, repression and modernity

Тема памяти репрессированных при Сталине весьма актуальна в российском обществе.

Недавно, 30.10.2018, состоялась многотысячная акция у Соловецкого камня и здания КГБ\ФСБ в Москве. Акция организована обществом «Мемориал». ТВ «Дождь» вёл многочасовую трансляцию, а федеральные каналы это не показывали. Я смотрел это в прямом эфире. У нас, в Новосибирске, на аналогичную акцию пришло всего человек 30. Организовывал также местный «Мемориал».

Заметим (чисто фактически, социологически): и в «Мемориале», и в этой акции, и в лидерах «Дождя» (как и в числе 7 протестантов 23.8.1968 на Красной площади Москвы – против введения в Прагу танков СССР), и в антипутинских (но и антикоммунистических) «Новой газете», “The New Times”, «Медузе», «Эхе Москвы» и др.) доля К-евреев (прокапиталистических) на порядок больше, чем их доля в населении РФ. НО: то же самое было в Политбюро Ленина к 1922 году: 80% С-евреев - просоциалистических (а уже в 1924 году при Сталине их было 0%). То есть: и в пробуржуазных прозападных антипутинских либералах, и в советских социалистических большевиках-ленинцах доля лиц еврейской национальности очень велика.

Тема сталинских репрессий и акция 30.10.2018 для меня не однозначны. Давайте разберёмся – «с холодной головой и чистыми руками», с помощью научной аналитики.

К сожалению строгой, всеохватной и компактной публикации на эту тему мне не попадалось. Наверняка, есть пухлые диссертации. Но уйти от водянистого и бессистемного гуманитарного дискурса историкам и политологам удаётся редко. Такими бывали и работы публицистов пика разоблачительного антисталинского потока в перестройку (серия книг «Иного не дано» и др.).

Сначала разберёмся с ЧЕРТАМИ ПРОЦЕССА репрессий.

(а) Сталинские репрессии были массовые? – да. (б) Они ВСЕ были политические? – конечно, нет (много – за насильственные и корыстные преступления). (в) Они ВСЕ были незаконными? – когда как, и как считать; не конституционными и не легитимными – да: суды «троек», с не юридически сформулированными, ругательными и клеветническими обвинениями, без доказательств вины (часто – только на признаниях под пытками), с нарушениями следственного и судебного процессов, с отсутствием защиты, без обжалования в судебных инстанциях; но в отдельных своих чертах процедуры репрессий соответствовали неким законам и подзаконным актам. (г) Эти репрессии были над безвинными? – по-разному. (д) Наказания были избыточно жестокими? – думаю, да. (е) Неким репрессиям за вину одних подвергались ли другие, их родственники? – да. (ж) Всегда ли для родственников репрессия члена семьи была горем? – нет, бывали и радости («избавились»), и даже сдача органам репрессированного; (з) Чиновники в органах власти, выслуживаясь перед Сталиным, завышали «нормы» репрессий? – да.

Теперь – про РЕЗУЛЬТАТЫ (с R1 по R19) сталинских репрессий, включая особенности социализма послесталинского периода (в СССР и в странах социалистического содружества), возникшие, в том числе, и ВОПРЕКИ этим репрессиям.

Эти результаты оцениваются одними СТОРОНАМИ – положительно {+}, другими - отрицательно {-}, третьими {н} – нейтрально, четвёртыми {?} - не едино.

Эти СТОРОНЫ:

Б – большевики «ленинской гвардии» (уничтожавшиеся Сталиным) и их сторонники;

Р – репрессированные и их родственники;

С – Сталин, борющийся за единоличную диктаторскую власть, и сталинисты;

Ч – чиновники партноменклатуры - властной вертикали Сталина;

П – припутинцы (включая системную оппозицию КПРФ, ЛДПР и др.);

Л – современная либеральная внесистемная оппозиция к Путину;

Н – большинство населения СССР и России в 1937-2017 гг;

М – мировое сообщество стран (причём М1945 – к 1945 году, МСЗ – современное стран Запада, МСД - современное других стран).

Далее мною представлены РЕЗУЛЬТАТЫ сталинских репрессий с R1 по R19 и их последствий, а также оценки этого (мои, предположительные) сторонами с Б по М.

R1 – создание и укрепление (антиленинской!) жёсткой иерархической единоличной ВЕРТИКАЛИ ВЛАСТИ во главе с генсеком Сталиным, при его культе личности, при бутафорской и бесправной Компартии и при ещё более бутафорской системе Советов (вопреки Конституции); эта система (с небольшими изменениями) была и при генсеках Хрущеве, Брежнев, Андропове, Черненко, Горбачёве (до 1988 года). Этот R1 оценивается сторонами так: Б{-}, Р{-}, С{+}, Ч{+}, П{+}, Л{-}, Н{?}, М1945{+}, МСЗ{-}, МСД{?}.

R2 – создание в СССР на базе этой вертикали власти МСПЭ = мобилизационной социалистической партийно-диктаторской экономики (НО: мог быть и другой вариант МСПЭ – ленинский, в рамках социалистической демократии, без личной диктатуры и при свободе слова и дискуссий). Этот R2 оценивается сторонами так: Б{+}, Р{?}, С{+}, Ч{+}, П{?}, Л{-}, Н{+}, М1945{+}, МСЗ{-}, МСД{?}.

R3 – благодаря МСПЭ был быстрый и невиданно мощный до этого в России (особенно – царской) рост промышленного потенциала и продуктивности на отечественной базе, поскольку: (1) система лагерей ГУЛАГа с грандиозными стройками в тяжелейших условиях руками почти бесплатной рабсилы была продуктивной и эффективной, и (2) принудительная и быстрая (с репрессиями!) коллективизация позволила обеспечить и высокую управляемость сельского производства, и его безбуржуйскую неэксплуатацию крестьян, и (3) было высвобождение массы рабочих рук из сёл для городов, для индустриализации, и (4) прошла ускоренная механизация сёл, и (5) был низкий контролируемый властью уровень цен на продовольствие. Этот R3 оценивается сторонами так: Б{+}, Р{н}, С{+}, Ч{+}, П{?}, Л{-}, Н{н}, М1945{?}, МСЗ{-}, МСД{?}.

R4 – техническая ОПВ (=обороноспособность перед войной) СССР с Гитлером резко возросла благодаря МСПЭ. Этот R4 оценивается сторонами так: Б{+}, Р{н}, С{+}, Ч{+}, П{+}, Л{н}, Н{н}, М1945{+}, МСЗ{н}, МСД{?}.

R5 – военно-кадровая ОПВ была подорвана за счёт огромных масштабов репрессий в высшем и среднем командном составе Советской Армии (от страха Сталина перед военным переворотом против него). Этот R5 оценивается сторонами так: Б{-}, Р{-}, С{+}, Ч{+}, П{?}, Л{-}, Н{н}, М1945{н}, МСЗ{-}, МСД{?}.

R6 – ОПВ в области комплектования, обученности, слаженности, снабжения и инженерной обеспеченности войск не тянула на хорошую оценку. R6 оценивается сторонами так: Б{-}, Р{н}, С{+}, Ч{-}, П{?}, Л{-}, Н{н}, М1945{+}, МСЗ{-}, МСД{н}.

R7 – физкультурная ОПВ была обеспечена ГТО, ДОСААФ, МСПЭ. Этот R7 оценивается сторонами так: Б{+}, Р{н}, С{+}, Ч{+}, П{+}, Л{н}, Н{+}, М1945{+}, МСЗ{н}, МСД{н}.

R8 – идейно-воспитательная ОПВ была осуществлена неплохо за счёт интенсивной монополюющей госпропаганды Москвы. R8 оценивается сторонами так: Б{+}, Р{н}, С{+}, Ч{+}, П{+}, Л{н}, Н{н}, М1945{н}, МСЗ{н}, МСД{н}.

R9 – вполне хорошая Конституция 1937 года в СССР грубо попиралась государственными органами. R9 оценивается сторонами так: Б{-}, Р{-}, С{+}, Ч{+}, П{н}, Л{-}, Н{н}, М1945{н}, МСЗ{-}, МСД{н}.

R10 – при развитии национальных культур народов СССР шла борьба с национализмами, с религиями, с сепаратизмами, за однородное общество «советских людей», «братских народов». R10 оценивается сторонами так: Б{+}, Р{?}, С{+}, Ч{+}, П{?}, Л{-}, Н{+}, М1945{+}, МСЗ{?}, МСД{?}.

R11 – была уничтожена (ленинская!) свобода слова, дискуссий (в том числе, главное! – внутри Компартии), художественного творчества. R11 оценивается сторонами так: Б{-}, Р{-}, С{+}, Ч{+}, П{+}, Л{-}, Н{н}, М1945{н}, МСЗ{-}, МСД{н}.

R12 – Победа 1945 года над Гитлером и его союзниками (= угрозой существования многих народов Мира!) – была одержана В ОСНОВНОМ благодаря (добровольным и принудительным, оправданным и неоправданным) жертвам жизни, здоровья и имущества СССР, благодаря МСПЭ (НО: не благодаря лично Сталину и его диктатуре!). R12 оценивается сторонами так: Б{+}, Р{?}, С{-}, Ч{-}, П{-}, Л{+}, Н{?}, М1945{-}, МСЗ{+}, МСД{н}.

R13 – интенсивное восстановление разрушенного хозяйства после ВОВ шло за счёт преимуществ МСПЭ. R13 оценивается сторонами так: Б{+}, Р{?}, С{+}, Ч{+}, П{+}, Л{-}, Н{+}, М1945{н}, МСЗ{+}, МСД{+}.

R14 – благодаря МСПЭ - мощное паритетное соперничество СССР с Западом (с 1949 до начала 1980-х) с опережением в чём-то в технике и в культуре, но с отставанием в с\х производстве (с переработкой) и в массовых бытовых товарах. R14 оценивается сторонами так: Б{+}, Р{+}, С{+}, Ч{+}, П{+}, Л{н}, Н{+}, М1945{н}, МСЗ{+}, МСД{+}.

R15 – благодаря МСПЭ - массовое развитие (в 1947-1987) БЕСПЛАТНОЙ социальной сферы в СССР: обеспечение БЕСПЛАТНЫМ жильём за счёт интенсивного строительства, развитие массовых систем БЕСПЛАТНОЙ медицины,

БЕСПЛАТНОГО образования и воспитания; были массово построены, материально и кадрово обеспечены в сёлах школы, дома культуры, библиотеки. R15 оценивается сторонами так: Б{+}, Р{+}, С{+}, Ч{+}, П{+}, Л{н}, Н{+}, М1945{н}, МСЗ{н}, МСД{+}.

R16 – после 1922 года в СССР обеспечен низкий уровень преступности (в особенности – против личности и государства: убийства, насилия, коррупция, воровство, мошенничество и др.), ликвидирована безработица. R16 оценивается сторонами так: Б{+}, Р{н}, С{+}, Ч{+}, П{н}, Л{н}, Н{+}, М1945{н}, МСЗ{н}, МСД{н}.

R17 – при социализме осуществлялось нравственное совершенствование населения (хотя и не идеальное по методам и результатам!), в частности: были подавлены наркомания, проституция, игромания, туеядство, спекуляция; вытравливался (главный для капитализма!) стимул для труда, творчества, успеха: материальная НАЖИВА любой ценой («деньги не пахнут!», «всё – на продажу!»), «служи своекорыстно диктатуре капитала под маской демократии», в частности – в журналистике); вместо этого воспитывалась КОММУНИСТИЧЕСКАЯ мотивация к самоотверженному бескорыстному труду на благо народа при скромном (сообразуясь с возможностями общества) личным потреблением. R17 оценивается сторонами так: Б{+}, Р{?}, С{+}, Ч{+}, П{?}, Л{-}, Н{+}, М1945{+}, МСЗ{?}, МСД{н}.

R18 – при Сталине в народе («сверху», при репрессиях) формировалась атмосфера корыстного доносительства и подозрительности; она была основой формирования (антиленинского!) рабско-барского трусливого и пассивного, антидемократического менталитета большинства населения, подчинённых вовсе НЕ наиболее честным, мудрым, квалифицированным управленцам номенклатуры КПСС; «наверх» часто всплывали безыдейные, беспринципные, нечестные и недалёкие приспособленцы, подхалимы, карьеристы. R18 оценивается сторонами так: Б{-}, Р{-}, С{+}, Ч{+}, П{+}, Л{-}, Н{-}, М1945{н}, МСЗ{-}, МСД{н}.

R19 – сталинские репрессии породили в СССР огромное число (много миллионов) личных трагедий репрессированных и их родственников. R19 оценивается сторонами так: Б{-}, Р{-}, С{+}, Ч{+}, П{+}, Л{-}, Н{?}, М1945{н}, МСЗ{-}, МСД{н}.

Моё отношение к Сталину, к чертам процесса его репрессий и к результатам его правления соответствует позиции стороны Б; для меня Сталин не «чёрный», не «белый», а «чёрно-белый». Для меня он ПАЛАЧ в ГЛАВНОМ: в уничтожении (ради единоличного правления и из животного антисемитизма) гвардии большевиков Ленина, с которыми он (вполне искренне и самоотверженно, долго, в подполье) готовил и совершал социалистическую революцию 7.11.1917, с которыми воевал и побеждал в Гражданской войне против внутренних и внешних (= интервенты стран Антанты, Запада) врагов Советской России. С уничтожением «ленинской гвардии» он уничтожил и более прогрессивный и гуманный (чем его сталинизм) строй социалистической демократии Ленина.

Что же высветила и выразила протестная акция 30.10.2018 против сталинских репрессий? <1> Какие СТОРОНЫ преобладали среди участников акции? - Очевидно, это были представители Р и Л. <2> В их представлении ответы на вопросы с (а) по (з) о ЧЕРТАХ ПРОЦЕССА этих репрессий были положительными. <3> Из РЕЗУЛЬТАТОВ (с R1 по R19) сталинских репрессий публично они упоминали и оценивали, в основном, R18 и R19, гораздо реже - R1, R5, R10, R11, R12.

У Соловецкого камня 30.10.2018 в подавляющем большинстве случаев (в соответствии с регламентом) выступавшие произносили лишь имена и фамилии репрессированных, их должности и звания, год репрессии и её характер (в основном – расстрел). Пункты (б), (в), (г), (д) не освещались. Хотя очевидно, что среди репрессированных были не только безвинные незаконно осуждённые политические, но и действительно виновные уголовники (воры, бандиты, убийцы и др.), а также действенные враги социализма и СССР (диверсанты, саботажники, шпионы, террористы и др.). С их судьбами надо разбираться скрупулёзно, персонально, не на подобного типа акциях.

Мне показалось, что у Соловецкого камня большинство выступавших не разделяют моей скорби по убитому ленинизму. Для них важнее – личные и семейные трагедии, чрезмерная массовость, жестокость и (часто?) несправедливость наказаний, а также антисемитский крен сталинских репрессий.

Периодически повторялась тема проклятий в адрес карательных органов Сталина, «силовики», палачей. Звучали сожаления о неопубликованности их имён и об отсутствии их полной люстрации. Но следует упомянуть, что многие руководители «силовики» были позднее сами репрессированы, и среди них были и евреи. А «силовики»... Да, хотелось бы (как и сейчас на протестных акциях), чтобы они действовали не по жестокому приказу, а гуманно и совестливо. Но надо понимать, что они – солдаты, их роль – не думать, а выполнять приказ. И уж если учителя массово занимались подтасовками на выборах в пользу «Единой России» (а в СССР – в пользу КПСС), то что спрашивать с «менее сознательных» «силовики»? Главная вина – на Сталине и на ... обдурённом им народе.

Как же охарактеризовать то, что было у Соловецкого камня и здания КГБ\ФСБ в Москве 30.10.2018? Если говорить честно и точно, то это был не спокойный и аналитичный форум, а было эмоциональное, впечатляющее политическое шоу. Причём там большинство составляли женщины, податливые на эмоции.

Конечно, есть большая польза от этого шоу (спасибо «Мемориалу»!). Она – в массовом коллективном предупреждении в адрес нынешних властей о недопустимости политических репрессий, о возможном наакзании их организаторов и исполнителей.

«Не забудем, не простим». Эти слова произносили при поминании убитых сталинскими репрессиями. НО: такие же слова произносят те, чьи родственники погибли (по разным причинам) из-за жёсткого перестроечного погружения «совков» в дикий капитализм в России с 1997 года (с вымиранием до 1 млн в год, а это - масштаб

сталинских репрессий!). И они, возможно, тоже когда-то организуют не менее впечатляющую акцию, чем у Соловецкого камня.

ЗА ЧТО в российском народе (не смотря на репрессии) сейчас массово почитают Сталина? Это видно из моего анализа (оценки результатов стороной Н). Большинству при этом, возможно, нравится не личность Сталина, а некоторые позитивные антикапиталистические черты и результаты этого режима.

УДК 001.4+30+32, ББК 60+66

В.А. Сергеев  
Vladimir Sergeev  
vas@omzg.sscs.ru, vavlaner@mail.ru

### **Прага-1968: сохранение ценностей цивилизации в свете юбилея Prague 1968: preservation of the values of civilization in the light of the anniversary**

*Институт вычислительной математики и математической геофизики СО РАН, г. Новосибирск  
Institute of Computational Mathematics and Mathematical Geophysics (ICMMG) of Siberian Branch of  
Russian Academy of Sciences (SB RAS), Novosibirsk, Russia*

В данной статье, отталкиваясь от недавних важных, всемирно значимых юбилеев, годовщин и событий, главное из которых 50-летие агрессии СССР в Чехословакию, обосновывается необходимость нарастить усилия мировой общественности в борьбе за общемировые ценности. Такими ценностями являются: недопущение войн, агрессий, захватов и терроризма; право народов на суверенитет и самоопределение; демократическое формирование властей; обеспечение экономических, политических и социальных позитивных свобод индивидов; учёт национальных характеров и традиций народов; поиск и обеспечение оптимума развития для каждого народа, в частности, в одной из моделей оси «социализм – капитализм».

Ключевые слова: политические выборы и их фальсификаторы, возможная не оптимальность демократии, противоборствующие идеологии, клуб избирателей как демократический интерфейс гражданского общества, менталитеты народов, модели социализма и капитализма.

In this article, building on recent important, world-significant anniversaries and events, the need to increase the efforts of the world community in the struggle for global values is justified. Such values are: the democratic formation of power; prevention of war, aggression, seizures and terrorism; ensuring economic, political and social positive freedoms of individuals; the right of peoples to self-determination; accounting of national characters and traditions of nations; the search and maintenance of the optimum of development for each nation, in particular, in one of the models of the axis “socialism - capitalism”.

Keywords: political elections and their falsifiers, a possible non-optimal democracy, opposing ideologies, a club of voters as a democratic interface of civil society, mentality of nations, models of socialism and capitalism.

**1. Избирайте активно честных, бескорыстных, деятельных, мудрых и образованных! И гоните недостойных от власти!** 50 лет назад чехи избрали свой путь, вопреки топорному противодействию кондового сапога российской агрессии [1], когда танки Брежнева корёжили булыжные мостовые узких улочек Праги. Чехи уверенно, динамично, честно и бесппроблемно развиваются. Россияне же продолжают 100 лет метаться в поисках своего наиболее адекватного пути.

Весной 2018-го года и в Чехии (в январе), и в России – 18.3.2018 – избрали Президентов. Они - Земана, а мы – Путина. Разница в личностях – огромная!

Но есть принципиальная разница и в процедурах этих выборов. В Чехии агитация за кандидатов проходила на равных, а в России – нет. В РФ постоянно,

задолго до выборов, на всех основных СМИ (в особенности – государственных) массированно и интенсивно (очевидно превышая лимит избирательного фонда!) велась пропаганда путинской идеологии, агитация в его поддержку; а в период избирательной кампании она неимоверно усилилась и стала ещё более неравной для кандидатов; условий для честных выборов не было! Алексей Навальный (единственно самый сильный, отважный и независимый от властей кандидат в президенты, руководитель Фонда борьбы с коррупцией, наиболее мощно и интенсивно разоблачающий предположительно преступные деяния Путина и людей из его Вертикали Власти) не был зарегистрирован в ЦИК кандидатом в президенты. Это было сделано вопреки Конституции РФ (хотя и по Закону о выборах).

Итак, чехи избирали, оторвавшись от СССР и России,

- не вероломных и агрессивных подонков, насильников, убийц,
- не хитроумных, своекорыстных, бесчестных политиканов,
- не субъектов, заикленных на химерах антинаучных идеологем.

А мы?!!! До сих пор в России (уже не один 100-летний юбилей!) борются во власти: буржуазники – с социалистами; монархисты и советократы – с президентократами и парламентарщиками; этатисты и плановики – со стихийщиками рынка; коллективисты, соборщики, державники – с индивидуалистами и мещанами; патриоты, почвенники, славянофильные националисты – с космополитами, апатридами, западниками, интернационалистами; имперцы («плавильного котла», или «тюрьмы народов», или «грабежа Центром Периферии?») – с этнистами (~ сепаратистами); уравнители в скромности потребления (~ эгалитаристы) – со сверхбогатыми стяжателями; либералы, «развратники» и авангардисты – с запретителями, пуританами и ретроградами; антинаучные религиозники и мистики – с учёными и атеистами; апологеты автаркии – с адептами распахнутых глобализму границ. И конца этой борьбе не видно! А ведь эта борьба выматывает силы общества, тормозит его, доводит, порой, до немалых кровопролитий. И всегда и всюду впереди и с выгодой для себя – «волки» социума: жулики, негодяи, стяжатели, лгуны, проходимцы при пассивном попустительстве «овец»!

И до сих пор наш Емеля (обобщённый, массовый) спит на печи и в периоды формирования власти, и при временах контроля над ней с её необходимым переформированием, и в дни верхушечных переворотов, путчей, мятежей, «подковёрных» «рокировочек» и привода к власти «преемников» и ставленников.

Моё активное включение в практическую и теоретическую политику произошло осенью 1988-го года. Тогда Горбачёв дал старт интенсивной демократизации. И я, и ряд других людей в Новосибирске пришли к решению, что пора создавать новые интерфейсные (между народом и властью) политические надпартийные организации. И мы создали такую в 1989 году: «Новосибирский городской клуб избирателей» (= НГКИ). Он стал первой в СССР официально зарегистрированной (кроме КПСС и не подчинённой КПСС) политической организацией. Меня выбрали в ней замом по идеологии. Функции НГКИ были [2]: (1) сбор, отбор и обсуждение проблем России (разных уровней, разных аспектов); (2)

«обкатка» кандидатов на выборные должности в органы власти при обсуждении путей решения этих проблем; (3) формирование и публикация от НГКИ по итогам таких обсуждений поддержки (либо – нет) кандидатов; (4) поддержка избранию рекомендованных кандидатов; (5) мониторинг работы всех избранных в органы власти; (6) инициация отзыва тех из них, кто работает плохо (по решению НГКИ). Конечно же, всё это было неподъёмно и наивно, тем более, что мы работали много, без оплаты, бескорыстно, в условиях нарастающей диктатуры капитала и продажности всех и везде! Но это задавало тренд, давало надежду, звало за собой. И что в итоге? Поначалу за нами пошли. Но потом – всё меньше и меньше (причины – и материальные, и ментальные). Конец печален. После этого гражданское болото России с беспределом «волков» над «овцами» окончательно затянулось трясиной.

**2. За мир, против войн, агрессий и гонки вооружений!** Выборы в РФ проходят на фоне разросшейся российской имперскости (как внутренней, так и внешней). Это – и в беспредельном доминировании Центра власти в России над внутренней политикой и экономикой в субъектах федерации, и в российских СМИ, и в агрессиях и войнах РФ, продолжающей экспансионистскую политику СССР, и в гонке вооружений РФ, Запада и Китая. Такая гонка содействовала разрушению СССР, она же может разрушить и РФ.

И на Россию, и на Чехию нападали временами захватчики. Но Россия\СССР нападала и сама – и на народы других стран, и на «дикие» народы и племена Евразии и даже Америки, захватывая их земли и присоединяя их к себе. В эпоху Екатерины Второй площадь территории Российского Государства была примерно равна сумме 3 территорий других крупнейших стран (без учёта колоний) – Канады, США и Китая. Россия и теперь вдвое больше по площади, чем любая из этих стран.

«Насильно мил не будешь». Эта известная русская пословица справедлива не только для отношений мужчин и женщин, но и для отношений народов и стран. До сих пор безумные и кровожадные имперцы в России осуждают Горбачёва за то, что он допустил распад СССР. По их мнению, он должен был употребить президентскую власть, чтобы огнём и мечом, насилием и массовыми убийствами удержать бывшие республики СССР от их превращения в независимые страны. То есть так, как это делала Сербия в Югославии (с 1992 по 1999 год, пока не вмешались в это страны НАТО) и как это делал Кремль при Ельцине и Путине в Чечне). Эти имперцы готовы и сейчас военной силой, оккупацией, захватом и присоединением (как это было с Крымом в 2014 году) восстановить (хотя бы частично) территорию бывшего СССР. Тогда силовой сценарий борьбы с сепаратизмом мог превратить СССР, ядерную державу, в мульти-Югославию или в мега-Сирию с реальной угрозой применения ядерного оружия, с угрозой всему человечеству.

**3. Глуposti толпы и правота одиночек.** Прошли Рождество и Пасха - большие праздники христиан: годовщина рождения легендарного Иисуса Христа (у католиков и протестантов – 25 декабря, у православных – 7 января) и воскресение его после распятия. Безусловно ценно библейское «не убий!» (из 10 заповедей «Ветхого завета») и «возлюби!» из «Нового завета» (причём возлюби не только ближнего, но и

врага своего («бог есть любовь»). Отсюда: не развязывай и не веди войн, особенно агрессивно-захватнических на чужих территориях! К этому призывают немногие мудрые люди из антипутинской оппозиции в России и из пацифистских кругов разных стран. Но их голоса плохо слышны, и они отделены от принятия властных решений.

Каково соотношение правоты большинства некоторого народа и его меньшинства (по какому-то вопросу или проблеме, по группе вопросов или проблем)? Бывает ли так, что прав - один, а неправы – все? Бывает, и нередко. Но, к сожалению, правота меньшинства часто не воспринимается заблуждающимся большинством или не доходит до него. Приведу классические примеры из реальной жизни. ПРИМЕР-1: Коперник и Галилей многие годы в одиночку отстаивали гелиоцентрическую модель солнечной системы, тогда как все прочие, следуя догмам церкви, верили в то, что солнце вращается вокруг земли. ПРИМЕР-2: в Германии времён Гитлера большинство прониклось его идеологией и включилось в военный захват земель многих стран, в массовые убийства с геноцидом, и лишь меньшинство антифашистов противились этому. ПРИМЕР-3: в СССР большинство верило Сталину, что зимой 1940 года Финляндия напала на СССР, а не наоборот. ПРИМЕР-4: весной 2014 года 86% россиян поверили Путину, что Россия присоединила к себе Крым законно и без введения и применения своих войск в Украине, а 14% с этим не соглашались. И, наконец, легендарный ПРИМЕР-5 из «Библии»: большинство народа в Палестине не поверили Иисусу Христу в том, что он сын «Бога» и поддержали его распятие, и только единицы были за него – за изгоя, «отщепенца», «диссидента», «инакомыслящего», из «пятой колонны».

**4. Август-1968: танки в Праге и насилие СССР над ЧССР.** 23 августа 2018-го года был позорный (для СССР, России и ряда стран Варшавского договора, также вошедших тогда агрессивно с оружием в Чехословакию) 50-летний юбилей вторжения. Этот год стоило бы сделать всемирным годом борьбы против агрессоров, захватчиков и оккупантов, годом антифашизма. Трудно представить, как по живописным улочкам Праги, среди архитектурного и мирного великолепия, спустя два десятилетия после разгрома фашистского бандитского агрессора, по брусчатке мостовых загрохотали гусеницы танков, посланных из Кремля. Они пришли не по приглашению местных властей. Они пришли не для защиты прогрессивного политического режима. Их целью было - подавить повстанцев, оппозицию, пытавшуюся сместить властных ставленников Москвы в ЧССР. Их целью не было утверждение чести, мудрости, миролюбия, права народа решать свою судьбу самостоятельно. Они несли насилие империи, подавляющей своеобразие других народов, их свободомыслие, их выбор своего стиля жизни. Как и во все времена, тогда, в 1968-м, советская империя СССР (как и ранее - царская) поступала преступно, безнравственно и глупо, ломая через колено непокорных в угоду стоеросовым диктаторам из Политбюро КПСС.

Жаль, что 50 прошедших лет не вылечили российскую правящую верхушку от синдрома фашизоидной имперской экспансии, преступной и безнравственной, от

антинаучного дебилизма. Этим ни в коей мере не больна современная Чехия, как и большинство стран Европы.

Важно понимать, что после победного над фашизмом 1945 года ни одна страна мира не сделала то, что сделала путинская Россия в феврале-марте 2014 года, захватив Крым у Украины, а именно: ни одна страна с 1945 года не захватила военным путём, насильственно, часть территории другой страны с последующим включением этой части в свой состав. (Впрочем, было одно исключение: Ирак при Саддаме Хусейне в 1991 году напал на Кувейт и объявил о его насильственном включении в состав Ирака; но тут же армия США выбила войска Ирака из Кувейта, а через 3 года в ходе другой операции С. Хусейн был свергнут и повешен).

Такие нападения с захватом и присвоением, совершавшиеся Гитлером, Сталиным, Хусейном и Путиным, приближаются идеологически и политически к деяниям фашизма. Действительно, в идеологии фашизма главными являются три блока: (1) военная международная агрессия и разбой - захватывать «жизненное пространство», нападая на другие страны, (2) шовинизм своей нации («высшей расы») с мессианскими потугами насаждения её идеологии, (3) геноцид по отношению к «вредным» и «неполноценным» народам с их истреблением. В идеологии Гитлера присутствуют все три этих блока, у Сталина – (1), (2) и частично (3), у Хусейна – (1), у Путина – (1) и (2).

Заметим, что «коммунистическая» и «ленинская» партия КПРФ (на самом деле – антиленинская по всем основным идеологемам [3] и даже не заикающаяся про коммунизм) не осудила ни вторжение СССР в ЧССР в 1968 году, ни гитлеровский по сути захват Крыма в 2014 году.

**5. За возврат к социализмам спустя 100 лет с 1917 года.** Социализм (понимаемый широко) не умер вместе с распадом СССР, организации Варшавского договора, СЭВ. Даже в весьма несовершенном его варианте, существовавшем в 1980-е годы. Исторической практикой не была доказана неэффективность социализма, основанного на идеях социальной справедливости и оптимального коллективно-гражданского управления государством, без волюнтаристски неограниченного присвоения прибылей и самодурно бесконтрольного вложения капиталов. Его идейная база – марксистско-ленинская философия (МЛФ) – была бездарно дискредитирована и не развита в годы СССР после Ленина. В некоторых своих работах [4 и др.] я пытаюсь восполнить этот пробел.

Безусловно, 7 ноября 2017 года было датой великого 100-летнего юбилея Великой Октябрьской социалистической революции. Без позитивного примера СССР в области реализации социальной справедливости и благополучия трудящихся, в обеспечении там материальных прав человека в капиталистических странах Мира не произошли бы грандиозные сдвиги в этом направлении. Фашизм возник в капиталистических странах Европы и угрожал порабощением народов всего Мира не как реакция на развитие социализма. Он появился как результат бедствий Германии проигравшей в 1-ой мировой войне и как отклик на жажду реванша. Он оказался побеждён благодаря решающим усилиям народа СССР, благодаря его системе

социализма. Успехи социализма в СССР в первые пятилетки и в 1945-1985 годах – грандиозны и несомненны. Хотя в 1917-1989 годах было множество ошибок и преступлений лидеров власти в СССР.

Сколько народов – столько разновидностей и капитализма, и социализма (при любом его формальном определении). Даже в одной стране (например, в СССР) в разные годы, при разных лидерах социализм был очень разным. В последние десятилетия «капиталистический» социализм Китая, руководимый компартией, показал невиданные темпы роста и достижения!

Очевидно, что менталитеты (национальные характеры) народов разных стран различны. Какие-то народы успешны при капитализме и отторгают радикальные элементы социализма, а для каких-то народов капитализм оказывается губительным. Моё глубокое убеждение: для россиян, в силу их особого менталитета [3, 5], капитализм - противопоказан; у них он может быть только хищническим, разорительным для Страны и пагубным для большинства народа. Как, когда сможет вернуться Россия к некоторому варианту социализма, не известно.

Литература

1. Пражская весна. Википедия. URL: <https://ru.wikipedia.org/w/index.php?search>
2. Сергеев В.А., Кузнецов И.С. Клуб избирателей получил статус. – Газета «Вечерний Новосибирск», 1.9.1989.
3. Сергеев В.А. К оптимализму в социальной инженерии государства // Коммуникативные стратегии информационного общества: Труды 4-ой Междунар. науч.-теор. конф., 16-18.11.2011, Спб. - С. 181-193.
4. Сергеев В.А. Неомарксизм // Наука. Философия. Общество: Материалы V Российского философского конгресса. Том 3. Новосибирск: Параллель, 2009. – 496 с. - Стр.140-141.
5. Подборка некоторых поэм и стихотворений Сергеева В.А. на сайте URL: <http://stihi.ru/> под псевдонимом Влансер

УДК 929Авиценна(55-25\*81), ББК 60.0

Максим Хашем, И.К. Валерьев  
Maksim Hashem, Igor' Valer'yev  
i\_valeryev@mail.ru

## ПЕРСИДСКИЙ МИР

### II. Авиценна в Хамадане... (прелиминарно)

### THE PERSIAN WORLD

### II. Avicenna in Hamadan... (preliminarily)

*г. Тегеран, Исламская Республика Иран  
The City of Tehran, The Islamic Republic of Iran*

В тезисах прелиминарно описываются годы жизни в Хамадане великого персидского врача, философа, математика, музыканта, поэта Абу Али Ибн Сины (Авиценны).

Ключевые слова: Абу Али Хусейн Ибн Сина (Авиценна), биография, Хамадан.

The theses preliminarily describe the years of life of the great Persian physician, philosopher, mathematician, musician, poet Abu 'Ali al-Husayn ibn Sina (Avicenna) in Hamadan.

Keywords: Abu 'Ali al-Husayn ibn Sina (Avicenna), biography, heritage, Hamadan.

Предпредпоследний период жизни Ибн Сины – прошел в Хамадане.

В 1015 г. ученый переселился в Казвин, а затем в Хамадан, где правитель города – эмир Шамс ад-Даула Абу Тахир (شمس الدولة ابو طاهر) – пригласил ученого ко двору (ибо страдал тяжелым заболеванием желудка, и ему были не в состоянии помочь даже лучшие хамаданские медики). Эмир надеялся на мастерство уже прославившегося тогда Ибн Сины, тот согласился лечить эмира, и уже после непродолжительного курса терапии Даула стал чувствовать себя лучше и назначил Ибн Сину на пост визиря [1, с. 26]. Ад-Даула распорядился предоставить Абу Али небольшой и удобный дом недалеко от дворца. Переехав туда, ученый засел за рукопись. Наблюдение и размышление над болезнью эмира улучшило его понимание желудочных заболеваний. Он внимательно наблюдал за действием различных лекарств на организм больного и записывал симптомы болезни, состояние сердца и пульса, характер сна, настроение, периодичность припадков и многие другие характеристики. Сопоставив эти наблюдения с тем, что он замечал ранее у других больных, врач решил собрать их воедино; так начинался его труд «Книга о коликах» [2, с. 166—167]. Благорасположение эмира к ученому – вызвало «недовольство у представителей всесильной военной знати Хамадана. Они угрожали Ибн Сине смертью, требовали его высылки» [1, с. 26], и это требование было удовлетворено. Однако спустя сорок дней ад-Даула пережил сильный приступ болезни; врача возвратили, и он вновь успешно лечил правителя, который – в благодарность – восстановил Ибн Сину в правах и предоставил ему условия для работы и занятий наукой.

«Период жизни в Хамадане явился одним из наиболее плодотворных <...>. <...> Он много работал и писал. Днем он был занят на службе у эмира, а ночью трудился над своими книгами. В Хамадане он начал писать “Книгу исцеления” <...>. В 1020 г. Ибн Сина закончил первую книгу “Канона”. / Со всех концов Хамадана шли к Ибн Сине больные. Ученый никому не отказывал в помощи, нередко забывая о сне и отдыхе. Он не переставал заниматься со своими учениками. По словам Джузджани (верного ученика. – *М. Х., И. В.*), каждому из них были отведены часы специально для беседы с учителем» [1, с. 26]. Советский автор [2, с. 167] восстановил образы городской жизни того времени: «Отдыхая от работы, Абу-Али охотно бродил вечерами по Хамадану. Городок беспорядочно раскинулся у подножья гор, поэтому узкие улицы его то стремительно лезут вверх, то скатываются вниз. Редкая из них проходит прямо короткий путь от городских ворот к площади. А площадей в городе множество, на них вырыты общественные колодцы, около которых кипит жизнь. По вечерам здесь собираются окрестные жители поговорить о событиях дня, посудачить о соседях и пожаловаться на тяготы жизни. Абу-Али любил пройти по площадям медленным шагом, прислушиваясь к разговорам. Часто заходил он в старенькие мечети, где царил покой гробниц, с любопытством осматривал толстые высокие стены города, история постройки которых терялась в глубине веков. Среди камней он находил обломки еще более древних зданий или с удивлением останавливался перед мощными каменными глыбами, сохранившими барельефы с изображениями

крылатых быков, луристанских колесниц, сказочных чудовищ с телами животных и лицом человека».

После смерти в 1021 г. Шамса ад-Даулы – в Хамадане воцарился малолетний Сам ад-Даула. И Ибн Сина не захотел оставаться на службе у нового эмира, вместо которого страной правил временщик Тадж ал-Мулк. Ибн Сина начал тайно переписываться с правителем Исфахана, «предлагая ему свои услуги в качестве врача. Письма были перехвачены агентами Мулка. Ибн Сину обвинили в измене» [1, с. 26] и, заковав в цепи, бросили в темницу крепости Фариджан (неподалеку от Хамадана), где – в тяжелых тюремных условиях, лишенный своих источников, только за счет отличной памяти и глубокой эрудиции – Ибн Сина не прекращал творческой работы. Он писал знаменитую «Книгу исцеления» (كتاب الشفاء), философский трактат «О Хайе, сыне Якзана» (حي بن يقظان), «Книгу о коликах» (كتاب القولنج). В той крепости Ибн Сина провел четыре месяца. С помощью Джузджани и его друзей, брата Махмуда и двух рабов он совершил побег в Исфахан [1].

Смерть застала Ибн Сину в Хамадане 18 июня 1037 г. Он умирал в полном сознании и высказал сожаление о том, «что мы ничего не узнали...» (по книге А. А. Семенова 1953 г.). Здесь великого медика и похоронили. Над его могилой был воздвигнут скромный мавзолей. В 1954 г. взамен старого был воздвигнут новый, монументальный мавзолей [1, с. 32].

Литература

1. Терновский В. Н. Ибн Сина (Авиценна): 980—1037. М.: Издат-во «Наука», 1969.

2. Смирнова-Ракитина В. Авиценна (Абу-Али ибн Сина). М.: Мол. гвардия, 1958.

УДК 82-14.222.1'06(091)"19" : 801.6 + 929Х.Ирани(55-25\*81)

ББК 60.0

И.К. Валерьев, М. Хашем  
Igor' Valer'yev, Maksim Hashem  
i\_valeryev@mail.ru

## ПЕРСИДСКИЙ МИР

### III. Hushang Irani from Hamadan – and the contemporary poetic environment

## ПЕРСИДСКИЙ МИР

### III. Хушанг Ирани из Хамадана – и современная ему поэтическая среда

*г. Тегеран, Исламская Республика Иран  
The City of Tehran, The Islamic Republic of Iran*

Содержание с точки зрения присвоенного индекса УДК: историко-литературоведческие аспекты стихосложения (размер, ритм, рифма и стихотворные модели) в персидской лирической поэзии двадцатого столетия, а также биографические сведения о Хушанге Ирани из Хамадана. Х. Ирани – неизвестный русскоязычному читателю иранский поэт прошлого века. Говорится о его новаторском вкладе в развитие поэзии и реакции современной ему творческой поэтической среды на это новаторство.

Ключевые слова: Хушанг Ирани, Нима Юшидж, биография, история поэзии, персидская поэзия, поэтика, новаторство, литературная среда.

The theses relate to the biography of an unknown to the Russian-language reader Iranian poet of the last century, Hushang Irani, who lived in the City of Hamadan, his innovative contribution in the

development of the Persian poetry, and the contemporary creative poetic environment's reaction to Hushang Irani's innovations. The previous, second, publication of the same series – “The Persian World” – must also be published in the present scientific conference materials collection.

Keywords: Hushang Irani, Nima Yushij, biography, history of poetry, Persian poetry, poetics, innovation, literary environment.

Hushang Irani (Хушанг Ирани in the Russian language) – an Iranian poet, translator, literary critic, graphic artist, and journalist. H. Irani was the modernist Persian poetry's *enfant terrible* and became one of the pioneers of Iranian “The New Poetry”. Now, he is almost unknown to the Russian-language reader, however, his creative heritage is of great interest. Hushang Irani's image one can see in the book [1]. He was born in 1925 in Iran, in the Hamadān (Хамадан in Russian) – the capital city of the Hamadan Province. The period of Irani's activity is 1948—1956. In 1950, was founded a small artistic group entitled “Khorus Jangi” («Бойцовый петух» in Russian). The “Khorus Jangi” published a journal with the same title. One year later, that group was expanded by adding our hero.

So, Irani's creative heritage is represented by the following works: poetry books: 1) «Радикальный фиолетовый на сером» (Tehran, 1951); 2) «Серый» (Tehran, 1952); 3) «Пламя объяло занавес, – и дьявол вошел» (Tehran, 1952); 4) «Я всё думаю о тебе теперь, я думаю обо всей тебе, теперешней» (Tehran, 1956); designs: 5) «Некоторые проекты» (Tehran, 1952); critical essays: 6) «Понимание искусства: На пути к художественному мировоззрению» (Tehran, 1952); 7) «Письмо г-ну Хоссейну Каземзаде Ираншахру: О его сборнике «Конфуций», опубликованном в Тегеране» (Tehran, 1956).

Initially, the above-mentioned journal, “Khorus Jangi” hadn't originally significant difference with the time's other literary journals... however, one year later – after the aforementioned group had been supplemented with a new member, Hushang – his inclusion there led to transitioning the journal to a radical modernist literary journal under Irani's influence. For other literary editions (besides that journal) and even the literary criticism of those days, it would be hard to acknowledge Irani's poems – which has been published in the abovementioned journal – as poetry. As noted in the shortest entry [2], “*Irani* has shrewdly observed and anxiously realized how the potentials that Nima (N. Yushij. – **I. V., M. H.**) had introduced into Persian poetry were being co-opted: Nima and modernist Persian poetry were in the process of becoming mainstream. Understanding this double edge of youthful tradition, Irani had both praised and condemned Nima” (for more details of the contemporary literary obstacles – see [3, p. 193—220]). In particular, one can read in the book: “As a discourse, modernist Persian poetry repressed through closure and exclusion such ruptures as Irani's poetic output opens. Irani's marginalization was justified by pointing out his supposed lack of proper knowledge of Persian (...). As such, the sociocultural conditions in which Irani emerged were concealed: the young modernist Persian poetry was spending all its resources and energy to conquer the strongholds of the defenders of the poetic *status quo*. At the same time, in the post-WWII context, the politicization of all aspects of life had become the standard-bearer of any «progressive» literary movement. *A radical figure like Irani who desired to go beyond all conventions and*

*values was not welcome* (emphasis added. – **I. V., M. H.**). Irani was indeed an anachronism, emerging before the time when he could be understood and appreciated. So the modernist poets, as impatient as they were standing at the threshold of their definitive victory, collectively exercised one of their first acts of repression on Hushang Irani, forcing the poet into silence (...). This atmosphere, certainly influenced and reinforced by the overall repressive social and political atmosphere dominating Iran, did not only affect Irani” [3, p. 218].

Hushang Irani, like Sohrab Sepehri, passed away before the climate of contemporary Persian poetry changed in the post-revolutionary Iran... Our hero died prematurely from an oncological disease in 1973 in Paris, France.

The previous, second, publication of the same series must also be published in the present scientific conference materials collection.

Литература

1. *Агамохаммади Т.* «Я не мертв, как море»: Жизнь и поэзия Хушанга Ирани. Тегеран, 1390. 319 с.: ил. (Серия «Лица современ. поэзии Ирана»; <вып.> 23). (На перс. яз.)
2. *<Collective author>*. Hushang Irani // [https://en.wikipedia.org/wiki/Hushang\\_Irani](https://en.wikipedia.org/wiki/Hushang_Irani)
3. *Essays on Nima Yushij: Animating Modernism in Persian Poetry* / Edited by A. Karimi-Hakkak & K. Talattof. Leiden; Boston: Koninklijke Brill NV, 2004. Pages 193—220.

УДК 82-14.112.2"20"; ББК 60.0

Л.М. Голоско  
Lyudmila Golosko  
communicos@inbox.lv

### **Опыт перевода стихотворения Игоря Кочубея “Beschwerde des Himmels” The experience of translation of Igor Kochubey’s piece of poetry “Beschwerde des Himmels”**

*Учреждение общего среднего образования «Зельвенская государственная санаторная школа-интернат», г. п. Зельва, Гродненская область, Республика Беларусь  
The Establishment of General Secondary Education “Zel’va State Sanatorium Boarding-School”, the Town of Zel’va, the Grodno Region, The Republic of Belarus*

В тезисах представлен авторский опыт перевода одного из стихотворений И.Кочубея.

Ключевые слова: Кочубей Игорь, поэзия, поэтика, герменевтика, интерпретация, перевод, белорусский язык.

The theses present the Author’s experience to translate one piece of poetry by I. Kochubey.

Keywords: Igor Kochubey (I. Koczubej), poetry, poetics, hermeneutics, interpretation, translation, the Belarusian language.

*Навстречу Всемирному дню писателя-2019*

В ожидании издалека шагающего нам навстречу всемирного праздника хочется поделиться здесь своим опытом перевода на мой родной язык очень непростой (пожалуй, можно сказать, «вызывающей») для переводчика поэзии – стихотворения (вышеуказанного) поэта российского происхождения И. Кочубея (I. Koczubeja), которого иногда и прямо называли гениальным (ср. оценки проф. д-ра В. Гриценко, проф. д-ра В. Канашкина, проф. д-ра П. Волковой, высказывания Селены Гомес и др.). Автор, среди прочего, предпринял попытку перевести названную выше вещь.

Но подобный перевод сталкивается с трудностями, обусловленными тем, что тексты данного автора сложны, многослойны. Взломать эту многослойность, т. е. постичь смыслы разных уровней текста можно с помощью герменевтического метода или подхода.

Традиционно для изучения литературного процесса и поэтического творчества использовались конкретно-исторический, биографический, сравнительный, типологический методы и соответственно изучались внешние связи произведения, история создания, социально-политическая проблематика и т. д. В современной науке особенно актуализируется проблема синтеза и обобщения знаний, в том числе в области изучения литературы. Творческое применение разнообразных методов познания продиктовано необходимостью анализа и осмысления литературных явлений в контексте культуры, истории развития духа и в совокупности всех знаний. Методология литературоведения в современном мире вооружается рядом теорий, дающих альтернативные представления о процессе получения знаний, о поэтическом творчестве, интерпретации художественных текстов, о способе бытия литературных произведений в контексте предшествующего, настоящего и будущего времен.

Одним из учений, соединяющих разные методы познания, и является герменевтика, снабжающая универсальным подходом, в основе которого лежит принцип понимания. Герменевтика (от греч. «разъяснять») – искусство толкования текстов. Этимологию этого слова связывают с именем Гермеса, которого древнегреческая мифология рисовала посланцем олимпийских богов, передававшим их распоряжения людям. В обязанность Гермеса входило истолкование и объяснение того текста, который он передавал. Основные постулаты литературной герменевтики как одного из методологических подходов литературоведения были заложены Шлейермахером, Дильтеем в XIX в., их последователями в XX в. стали М. Хайдеггер и Г. Гадамер, продолжив разработку философских основ герменевтики. Герменевтика (теория интерпретации и понимания смысла) составляет неотъемлемую часть развернутой философской системы, не всегда терминологически и структурно выделяющуюся в специальную философскую дисциплину. Сегодня она представляет собой сферу духовной деятельности, без которой эстетика, литературоведение и искусствознание не могут обстоятельно осмыслить свои задачи. Герменевтика в литературоведении – это совокупность направлений и метод исследований, сложившийся в XX в. сначала на Западе, а впоследствии в России и основанный на приоритете рефлексии над мыслительной деятельностью воспринимающего индивида и интерпретации (выявлении различных смыслов) литературного текста. В современной науке герменевтика наряду с литературоведческим, лингвистическим, лингвостилистическим, структуралистским методами является наиболее адекватным методом анализа поэтического текста...

### Паклёп неба

Дзве армады, ўгары, у вотчыне Шу  
(Зрэшты, былой) аб'яднаўшыся, сутыкнуліся;  
Бяду-паклёпніцу вывергнулі – плыць, ляцець,  
Кудлаціць немым пальмам спутанья  
Патлы, шавялюры шабуршыць, шатаць  
Пара пасму над разжаранай туркай...  
Богі зямлі той, праданья тройчы,  
Толькі смяюцца – “хе-хе-хе” – у скрынях  
І карабочках, толькі крыўляюцца  
Каракулямі імён з мазкіх ксера-  
Копій, бялеючых на маём сталі.  
Я ж – толькі сэ, маленькі чалавек  
З светлымі запясцямі, кароткачасовы  
Як крэдыт, плоці камяк, ахоплены  
Гнойных думак – не сіл... Чым дапамог бы небу?  
Шчаслівы змрок ўбіраецца небам  
З закавулкаў, шчылін цёплай зямлі.  
Хо! Кава астыла...

УДК 94(438)«19», ББК 60.0

М. Язовник, Л. Язовник  
Maria Jazownik, Leszek Jazownik  
communicos@inbox.lv

### Познавать мелочи. Судьбы жителей села Гниловоды как пример гибели польских Кресов Восточных (Часть пятая)

### *Rem Parvulam Cognoscere. The Fates of the Gniowody Settlement Inhabitants as an Example of the Downfall of the Polish Eastern Outlying Districts* (Part the Fifth)

Институт Филологии Польской УЗ, г. Зелёна-Гура, воеводство Любушское, Польша  
*The UZ Institute of Polish Philology, the Zielona Góra City, the Lubusz Voivodeship, Poland*

Польский вариант заглавия, обычно принятый в этой серии публикаций: „*Rem parvulam cognoscere. Losy mieszkańców wsi Gniowody jako exemplum zagłady polskich Kresów Wschodnich: (Część piąta)*”. Польским ответом на проводимую в настоящее время в Украине «политику» в области истории – должна стать непрерывная работа по развенчиванию трех мифов, которыми стараются «питать» международную общественность. *Первый миф*: совершенно необоснованное представление о том, что Степан Бандера и члены Организации украинских националистов (ОУН) – Украинской повстанческой армии (УПА) являются героями для всех украинцев. *Второй миф*: состоит в том, что Украина обязана своей свободой патриотам, сосредоточившимся в УПА. Нельзя отказывать членам ОУН – УПА в том, что в своей деятельности они руководствовались мотивами *определённым образом понятого* патриотизма. Однако в политике оценке подлежат в первую очередь не намерения,

a *широкие последствия* действий (ср.: немцы не ставят под сомнение патриотические мотивы лично А. Гитлера и созданных под его руководством государственных структур, но видят в их деятельности *прежде всего* источник бедствий немецкого народа). Необходимо отчетливо понимать, что Украина приобрела независимость *не* благодаря «героям» из УПА и *не* в результате репрессии населения польской национальности, а в результате «тектонических» изменений в Европе, которые последовали после августовской провокации 1939 г. на польско-немецкой границе... Другими словами, Украина обязана своей свободой не развитию фашистских идей в Восточной Европе, где этим идеям следовали члены националистической организации ОУН – УПА, а *процессам демократизации*, идущим с 1980-х годов. Необходимо вытеснить из массового сознания выгодный украинским националистам миф (это *третий миф*) о том, что препятствование поклонению памяти бандеровцев разрушает добрососедские отношения между Польшей и Украиной. Решением Верховного Суда Российской Федерации от 17.11.20 деятельность УПА на территории России запрещена [1]. Авторы просят рассматривались тезисы в широком контексте их исследования деятельности ОУН – УПА на Кресах (см., напр., [2]).

Ключевые слова: Польша, Украина, Кресы, ОУН, УПА, героизация, мифы.

The Polish response to the current Ukraine's "politics" in the history field – should be the incessant work to debunk the three myths which are offered as "food" to the international community. That myths are mentioned in the theses. The co-authors' theses should be considered in a wider context of their investigation of the OUN – UPA's activities in *Kresy* (f. e. [2]).

Keywords: Poland, Ukraine, *Kresy Wschodnie*, OUN, UPA, glorification, myths.

Polski parlament przyjął 15 lipca 2009 r. uchwałę nakazującą kultywowanie pamięci osób pomordowanych na dawnych Kresach Wschodnich: „W lipcu 2009 roku mija kolejna – 66. rocznica rozpoczęcia przez Organizację Ukraińskich Nacjonalistów i Ukraińską Powstańczą Armię na Kresach II Rzeczypospolitej tzw. antypolskiej akcji – masowych mordów o charakterze czystki etnicznej i znamionach ludobójczych. Sejm Rzeczypospolitej Polskiej składa hołd pomordowanym Rodakom i obywatelom polskim innych narodowości oraz członkom Armii Krajowej, Samoobrony Kresowej i Batalionów Chłopskich, którzy podjęli dramatyczną walkę w obronie polskiej ludności cywilnej, i przywołuje bolesną pamięć o ukraińskich cywilnych ofiarach. / <...> / Tragedia Polaków na Kresach Wschodnich II Rzeczypospolitej winna być przywrócona pamięci historycznej współczesnych pokoleń. Jest to zadanie dla wszystkich władz publicznych w imię lepszej przyszłości i porozumienia narodów w naszej części Europy, w tym szczególnie Polaków i Ukraińców. / Marszałek Sejmu: *B. Komorowski*” [3, strona 2658, pozycja 684].

Należałoby wreszcie przeciwstawić się prowadzonej na Ukrainie polityce historycznej. Polską odpowiedzią na tę politykę powinno być rozbicie trzech mitów, którymi karmi się opinię międzynarodową. Pierwszy mit. Trzeba usunąć wyobrażenie, że Stefan Bandera oraz członkowie OUN – UPA są bohaterami wszystkich Ukraińców. Jest ono całkowicie bezpodstawne. Jak widzieliśmy, w wyniku działań UPA ucierpiała niemała grupa ludności pochodzenia ukraińskiego. Zatem ta przestępcza organizacja jest gloryfikowana nie przez całą Ukrainę, ale wyłącznie przez wąską – choć wpływową – grupę ukraińskich nacjonalistów. Drugi mit. Trzeba rozprawić się z mitem, że Ukraina zawdzięcza swą wolność patriotom skupionym w UPA. Oczywiście, nie można odmawiać członkom OUN – UPA kierowania się swoiście pojętymi pobudkami natury patriotycznej. Problem polega jednak na tym, że w polityce ocenia się nie intencje, ale przede wszystkim globalne skutki działań. Niemcy nie mają wątpliwości, że Hitlerem i powołanymi przez niego

organizacjami kierowała patriotyczna wola budowania Wielkiej Rzeszy, ale postrzegają i jego, i te organizacje (a w każdym razie tak czyni demokratyczna większość) przede wszystkim jako źródło nieszczęść narodowych. Czas wreszcie wyraźnie podkreślić, że Ukraina wybiła się na niepodległość nie dzięki bohaterom z UPA i nie w wyniku eksterminacji ludności polskiej, ale na skutek przemian następujących w Europie pod wpływem polskiego Sierpnia. Innymi słowy, Ukraina zawdzięcza swą wolność nie rozwojowi w Europie Wschodniej idei faszystowskich, którym hoładowali członkowie nacjonalistycznej organizacji OUN – UPA, ale następującym po roku 1980 procesom demokratyzacji. Trzeci mit. Należy wyrugować wygodny dla ukraińskich nacjonalistów mit, iż przeciwstawianie się czczeniu pamięci banderowców godzi w dobrosąsiedzkie stosunki między Polską i Ukrainą. To kolejna niedorzeczność.

#### Literatura

1. <Аноним>. «Правый сектор» вошел в список запрещенных в РФ организаций // Российская газ.: <Интернет-портал>. 23.01.15 // <https://rg.ru/2015/01/23/spisok-anons.html>
2. Твердовские чтения. IV: Сборн. материалов <...>. Краснодар, 2012. С. 186—200.
3. <Autor zbiorowy>. Uchwała Sejmu Rzeczypospolitej Polskiej z dnia 15 lipca 2009 r. w sprawie tragicznego losu Polaków na Kresach Wschodnich // Monitor Polski. 2009. Nr 47.

### SEKCJA 3. WZAIMODZIAŁANIA W SOCIOTECHNICZESKICH ŚREDACH SECTION 3. INTERACTIONS IN SOCIOTECHNICAL ENVIRONMENTS

УДК 316.77, ББК 60.0

А.С. Смирнов  
Alexandr Smirnov  
Alex.s004@yandex.ru

#### **Лжецитаты в сети: информационная война или интернет-развлечение? The fake quotes online: information warfare or online fun?**

*Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого  
Saint Petersburg Polytechnic University*

В статье рассмотрены сто примеров лжецитат в интернете. Дается классификация псевдоцитат по такому критерию, как самые популярные «авторы» и влияние их авторитета на настроение пользователей, условное время появления данных цитат, географическая привязка изречений, цели появления крылатых фраз и возможность определения первоисточника. Делается вывод, что в зависимости от времени «рождения», выбора темы и автора цитаты зависит ее популярность и частота цитируемости в интернете.

Ключевые слова: автор, цитата, интернет, фраза, государство, время, местоположение.

The article considers one hundred examples of liars on the Internet. The classification of pseudo-citations according to such criteria as the most popular "authors" and the influence of their authority on the mood of users, the conditional time of appearance of these quotations, geographical reference of sayings, the purpose of the winged phrases and the ability to determine the source. It is concluded that depending on the time of "birth", the choice of topic and the author of the quote depends on its popularity and frequency of citations on the Internet.

Keywords: author, quote, Internet, phrase, state, time, location.

Сегодня «авторы» изречений заимствуют у друг друга строки, пользователи глобальной сети выкладывают посты сомнительного авторства, кто-то пользуется исторической безграмотностью интернет читателя, подсовывая ему очередную острую фразу якобы рожденную в голове Уинстона Черчилля. Возможно, каждое отдельное превирание невелико, но в сумме оно приводит к тому, что цитата превращается в псевдоцитату, теряя первоначальный смысл или создателя. В настоящее время псевдоцитаты - высказывания, приписываемые несуществующему персонажу либо реальному лицу, в действительности не являющемуся автором приведенной фразы, встречаются нам все чаще. Распространение псевдоцитат стало процессом, который невозможно остановить. Благодаря социальным сетям количество лжецитат увеличивается со стремительной скоростью, и распознать подмену становится все сложнее. Также стоит отметить, что псевдоцитаты существовали задолго до появления глобальной сети: слова великих людей нередко искажались, выдергивались из контекста или приписывались другим авторам. Российский сектор интернета не остался в стороне, добавив этому увлечению местного колорита — в числе самых популярных «авторов» псевдоцитат Иосиф Сталин, Михаил Лермонтов и Рамзан Кадыров.

В какой-то момент цитаты — верные или ложные — стали составлять значительную часть новостной ленты пользователей соцсетей. Согласившись с тем фактом, что данный процесс не обратим, нельзя не задуматься о том, а с какой, собственно, целью он был запущен? Регулируется ли этот информационный ком, быстро увеличивающийся в размерах, или бесконтрольно несетя на интернетпользователей, грозя разорвать еще сохранившиеся в целостности цепочки «автор — цитата»? Для того, чтобы разобраться, обратимся непосредственно к примерам лжефраз на основе простой случайной выборки и разберем их по шести критериям: авторы, география рождения псевдоцитат, время создания изречений, цель создания фразы, возможность определения подлинности высказываний, цитаты, имеющие право на существование с исторической точки зрения.

Таким образом, в списке «авторов» преобладают фамилии известных политиков и государственных деятелей (Владимир Ленин, Уинстон Черчилль) — 35 процентов. За ними следуют писатели и поэты (Иван Тургенев, Николай Гоголь) — 34 процента. Военные мужи (Георгий Жуков), ученые (Иван Мичурин) и философы (Плутарх, Будда) набирают по 6 процентов, представители творческих профессий (Виктор Цой, Коко Шанель) — 9 процентов, борцы за равенство и толерантность, революционеры (Че Гевара) — 5 процентов, предприниматели и бизнесмены (Стив Джобс) — 3 процента, литературный персонаж (Остап Бендер) — 1 процент, несуществующий автор (Никола Флавийский) — 1 процент. Безусловно, государственные деятели вышли на первое место — политика во все времена была одной из самых важных и любопытных тем: «*Догнать и перегнать*» (Никита Хрущев). К тому же, хлесткие фразы из уст представителей целых стран являются информационным оружием и является достаточно опасным средством манипуляции сознанием населения.

Еще один аспект, на который необходимо обратить внимание - лжецитаты приписываются видным деятелям литературы и науки, широко известным не только в России, но и, конечно, по всему миру, то есть обладающих значительным и заслуженным авторитетом, а потому пользующимся необходимым кредитом доверия по умолчанию (в том, числе, как знатоки своего народа). - что многократно усиливает эффективность подобного коммуникационного сообщения: *«Фашисты будущего будут называть себя антифашистами» (Уинстон Черчилль).*

Теперь обратимся ко второму критерию — географии появления лжецитат. В процентном соотношении Россия набрала 51 процент (Александр Пушкин, Никита Хрущев), Франция (Наполеон Бонапарт, Людовик XIV) — 10 процентов, Англия (Уинстон Черчилль) 7 процентов, США (Билл Гейтс)— 5 процентов, Италия (Муссолини) — 4 процента, Германия (Геббельс, Бисмарк) — 5 процентов, Колумбия (Габриэль Маркес) — 3 процента, Украина (Николай Гоголь), Польша (Януш Вишневский) и Афины (Плутарх) по 2 процента, по одному проценту набрали Испания, Чили, Канада, Аргентина, Индия, Греция и Непале. Придуманный автор — 1 процент.

По данному критерию мы видим вполне пресказуемые результаты, поскольку случайная выборка осуществлялась в российском сегменте глобальной сети. Но, судя по тому, с какой регулярностью интернет пользователи цитируют некоторые фразы, особенной популярностью и народной любовью пользуются Фаина Ранеская, Габриэль Гарсия Маркес, Коко Шанель, Владимир Ленин, Че Гевара, Виктор Цой и большинство древних философов. И объективно, региональная привязка уходит на второстепенный план.

Далее обратимся к третьему критерию — условно точное время появления фразы. Для этого мы будем ориентироваться на годы жизни «авторов» цитат. Итак, большинство цитат приходится на первую половину 20 века — 40 процентов: *«Кто в молодости не был радикалом — у того нет сердца, кто в зрелости не стал консерватором — у того нет ума» (Уинстон Черчилль).* Урожайным на летучие фразы оказался и 19 век — по 12 процентов на каждую половину: *«Русский есть наибольший и наинаглейший лгун во всем свете» (Иван Тургенев).* 14 процентов цитат появилось во второй половине 20 века: *«Не плачь, потому что это закончилось. Улыбнись, потому что это было» (Януш Вишневский).* В первой половине 21 века нам запомнились 4 процента фраз: *«Не история делает героев, а герои делают историю» (Тэйлор Свифт).* Авторы, родившиеся в 18 веке, набрали 6 процентов изречений: *«Я не разделяю ваших убеждений, но готов умереть за ваше право их высказывать» (Вольтер),* а 16 века — 3 процента: *«Остерегайтесь лидера, который бьет в барабаны войны, чтобы возбудить в гражданах патриотизм» (Уильям Шекспир).* Фразы, родившиеся в 13, 15 и 17 веке заполучили по 1 проценту: *«Цель оправдывает средства» (Никола Макиавелли).* Четыре процента из общей выборки составили древние изречения, появившиеся еще до нашей эры: *«Красота есть во всем, но не всем дано это видеть» (Будда).*

Возможно, именно этот критерий выявляет катализаторы появления цитат — мировые политические потрясения. Для этого обратимся к истории. Двадцатый век ( в особенности его первая половина) оказался богатым на важные и чаще всего трагические события во всем мире: Европа налаживает союзнические отношения с Германией, установление дипломатических отношений между СССР и США, подписание СССР и Германии пакта о ненападении, начало второй Мировой войны: *«Солдат не жалеть, бабы новых нарождают» (Георгий Жуков)*. Вполне логично, что государственные деятели, политики, творческая интеллигенция пытались дать происходящему в мире оценку посредством статей, литературных произведений, фильмов, песен. И самые яркие и точные высказывания остались в истории и памяти людей. Но, в то же время, не будем забывать о том, что мы сейчас рассматриваем псеудоцитаты. Поэтому причины столь обильного роста цитат в определенное время, скорее всего, связаны с желанием современников дать оценку прошедшим событиям задним числом устами великих деятелей. Кроме того, у «авторов» псевдоизречений сегодня сформирован определенный устойчивый образ. Поэтому фраза: *«Нет человека — нет проблемы»*, подписанная именем Иосифа Сталина, у большинства пользователей не вызовет никаких сомнений.

Четвертый критерий — цели, с которыми определенные фразы приписываются определенным людям. Тут достаточно сложно определить все задачи, но постараемся выделить основные: пропаганда политических идей — 28 процентов: *«Любая кухарка может управлять государством» (Владимир Ленин)*, разжигание межнациональной неприязни — 18 процентов: *«Русские — страшная нация. Они лучше всех в мире делают три вещи: пьют, воюют и приписывают красивые фразы о себе зарубежным политикам» Бенито Муссолини*, юмористические-паройдийные — 18 процентов: *«В детстве я мечтал стать Элвисом Пресли. И я стал им» (Элвис Пресли)*. Высмеивание ура-патриотизма — 11 процентов: *«Не спрашивай, что дала тебе Родина. Скажи лучше, что ты для нее сделал» (Рамзан Кадыров)*, философские — 14 процентов: *«Конец войны увидят только мертвые» (Платон)*, оценочные суждения — 11 процентов: *«Америка великая потому, что она добродетельна, и если Америка утратит добродетель, она перестанет быть великой» (Алексис де Токвиль)*. Лжецитаты вызывают к припыленным чувствам патриотизма, порой вызывают обиду за Родину, дают ложное ощущение угрозы со стороны, помогают забыть о внутренних социальных и экономических проблемах, переключившись на внешнего врага: *«Если я усну, а проснусь через сто лет, и меня спросят, что сейчас происходит в России, я отвечу, не задумываясь: пьют и воруют» (Михаил Салтыков-Щедрин)*. Ничего общего с реальной ситуацией в мире подобные псеудоцитаты подчас не имеют.

С наступлением эры интернета мнимые цитаты были растиражированы на мотивационных картинках. И иногда это делается всего лишь для высмеивания ложного пафоса: *«Я не люблю, когда мое лицо печатают на футболках» (Че Гевара)*. Самые нейтральные и популярные псеудоцитаты — философские, мотивационные. «Авторы» оптимистичных изречений уходят на второй план, важнее то, какой

посыл и настрой они в себе несут: *«Есть красота, над которой годы не имеют власти, - это красота сердца» (Максим Горький).*

Пятый критерий — возможность определения подлинности цитаты. У 38 процентов цитат автор устанавливается предельно просто: *«Нищета ведет к революции, а революция к нищете» (настоящий автор цитаты Виктор Гюго).* Для этого вполне достаточно ввести цитату в поисковик. Добраться до первоисточника у 42 процентов изречений сложно, для этого необходимы дополнительные ресурсы — знание языков, доступ к ранним изданиям: *«Нет человека – нет проблемы»* (авторство приписывается Иосифу Сталину, но вышеуказанную фразу придумал Анатолий Рыбаков – автор романа “Дети Арбата”. Он ввел в оборот это изречение Сталину – персонажу своей книги.

Практически не предоставляется возможным определить в чьей голове родилась фраза в 20 процентах случаев: *«С тех пор, как Гуттенберг изобрел печатный станок, молодежь пошла не та. Уткнуться в книгу, и все — никакой духовности» (Никола Флавийский).* То есть, в большинстве случаев у аудитории все же есть шанс определить создателя цитаты.

И, наконец, последний, шестой критерий – цитаты, имеющие право на существование с исторической точки зрения. То есть, насколько возможно появление цитаты в то или иное время у того или иного автора. Разделим наш список псевдоцитат на исторически правомерные, пародийные и на фразы “вне времени”, относящиеся к чувственной стороне жизни, затрагивающие темы любви и отношений между людьми. Итак, к исторически приемлемым из нашего списка относятся 76 процентов псевдоцитат: *“Любая кухарка может управлять государством” (Владимир Ленин), “Я устал. Я ухожу” (Борис Ельцин), “Что посеешь, то пожнешь” (Иван Мичурин).* К пародийным мы причислили – 12 процентов изречений: *“Я не люблю, когда мое лицо печатают на футболках ” (Че Гевара), “Думаю, после моей смерти фанаты придумают хорошую рифму на мою фамилию” (Виктор Цой), “Если бы не жил в это чертово время, то писал бы про любовь вампира, оборотня и какой-нибудь девки” (Федор Достоевский).* Лжецитаты “вне времени” набрали 12 процентов от общего объема изречений: *“Я люблю тебя не за то, кто ты, а за то, кто я, когда я с тобой” (Габриэль Гарсия Маркес), “Никогда не переставай улыбаться, даже когда тебе грустно, - кто-то может влюбиться в твою улыбку” (Януш Вишневский).* Глядя на соотношение итоговых цифр, мы видим, что в большинстве случаев определить “на глаз” подлинность цитаты практически невозможно. Интересно, что любители пографоманить и приписать свои мысли историческим личностям или участники “глухого телефона”, потерявшие автора, либо первоначальный смысл самой цитаты, каким-то образом сумели сохранить историческую картинку.

**Заключение.** Классифицировав псевдоцитаты по вышеприведенным критериям, можно сделать вывод, что цитаты и псевдоцитаты рождались в ответ на громкие мировые события. И чаще всего они несли и несут политический оценочный характер. Самыми популярными авторами мнимых цитат являются деятели 19 и 20

века, поскольку именно в эти столетия произошло множество потрясших историю событий. Кроме того, в этот период у руля стран находились одни из самых ярких политических деятелей. Интересно, что ранние цитаты (15-17 века) и их авторы менее популярны, поскольку их идеи и высказывания уже не отвечают духу и образу жизни современного пользователя интернета. Аналитика по последним двум критериям выявила положительный момент — в большинстве случаев автора и подлинность цитаты возможно установить, но не “на глаз”, для этого требуется затратить намного больше времени и ресурсов.

Литература:

1. Грайс Г. П., Логика и речевое общение // Новое в зарубежной лингвистике. М., 1985. Вып. XVI. С. 217-237.
2. Ларина О.В, Гитун Т.В., Лауреаты Номебелевской премии, ООО «Дом Славянской книги», 2004г., 864 стр.
3. Панина М. А., Комическое и языковое средство его выражения: дисс. ... к., филол. н. М., 1996г., 144 стр.
4. Сандалова Т. А., Интертекстуальные включения как средство языковой игры в тексте советского газетного фельетона: на материале центр. газет с 1970 по 1991 гг.: дисс. к. филол. н. СПб., 1998г., 214 стр.
5. Сметанина С. И., Медиа -текст в системе культуры. СПб.: Изд-во Михайлова В. А., 2002 г., 383 стр.
6. Яхонтов А.П., Сюжеты // Московский комсомолец., 2004г., 4 апреля.
7. Шалаева Г.П., Кто есть кто в истории цивилизации», Издательство Эксмо, 2008г., 896 стр.

УДК 339.138 (075.8), ББК 65.290-2

М.Ю. Абабкова  
Marianna Ababkova  
ababkova\_myu@spbstu.ru

### **Управление восприятием электронного контента сайта образовательной организации**

### **The perception of the educational website content: stimulating and facilitating**

*Санкт-Петербургский Политехнический университет Петра Великого  
Peter the Great St. Petersburg State Polytechnic University*

В настоящее время можно отметить увеличение всестороннего присутствия университетов в онлайн пространстве. Цифровые представительства университетов и учетные записи в социальных сетях способствуют повышению узнаваемости бренда, лояльности к университету и, в конечном счете, увеличению общего притока студентов. Дизайн сайтов образовательных организаций играет большую роль в преобразовании пользователей в потребителей. Привлекательный, простой и удобный в навигации дизайн веб-сайта будет сообщать потребителям о безопасности и настраивать на доверительные отношения. Психология цвета, использование изображений, призывы к действию, сторителлинг и сторискейпинг, основанные на психологии шаблоны дизайна увеличивают связи пользователей с сайтом и вовлекают их в диалог.

Ключевые слова: интернет-маркетинг, сайт образовательной организации, сторителлинг, сторискейпинг, шаблоны восприятия

Nowadays, nearly every university has a comprehensive presence online. The digital domains and social media accounts all serve to promote brand awareness, university loyalty and, ultimately, increase overall flow of the students. The educational site design plays an important role in converting users to consumers. An attractive, simple and easy-to-navigate website design sends positive messages of safety and reliance to consumers. The color psychology, use of images, calls to action, storytelling and storyscaping, psychology-based design patterns increase the users' connections to a site and make them feel more involved into a dialogue.

Keywords: Internet marketing, the website of the educational organization, digital storytelling, storyscaping, patterns

Принципы интернет-маркетинга при создании эффективного сайта образовательной организации сводятся к грамотному применению психологии поведения потребителей образовательных услуг, которое позволяет создавать легкие для восприятия сайты, обеспечивающие пользователям приятный опыт взаимодействия и обеспечивающие более высокое вовлечение [1].

Образовательные организации широко используют такой прием современного интернет-маркетинга как «цифровой сторителлинг» (digital storytelling), заключающийся в учете механики чтения интернет-информации и формировании новых стандартов подачи электронного контента [2; 3].

Исследования *Harvard Business Review* показывают, что потребители в интернете в большей степени полагаются на свое интуитивное восприятие электронного контента [4]. Большое значение при выборе продукта или услуги пользователями на сайте играет его дизайн (удобная навигация сайта, уникальный стиль, цветовые решения и т. д.), который сигнализирует потребителям о том, что сайту можно доверять. С помощью eye-camera (eyetracking) компания *Nielsen Norman Group* в 2006 г. выявила, что люди предпочитают просматривать веб-страницы в интернете как с помощью стационарного и портативного компьютера, так и с помощью мобильных устройств, в разных так называемых шаблонах восприятия (паттерны), один из которых является формой англоязычной буквы F [5]. Однако при более поздних исследованиях выяснилось, что формы для чтения на интернет-ресурсах не всегда принимают форму F и такая конструкция сайта не всегда приемлема.

Идея F-шаблона восприятия интернет-информации заключается в том, что сначала пользователи читают по горизонтали, сквозь верхнюю область содержимого, образуя верхнюю часть буквы F. Далее глаза пользователя перемещаются вниз по странице и просматривают содержимое на второй горизонтали, пробегая взглядом среднюю часть буквы F. В заключение пользователи просматривают левую сторону содержимого в вертикальном положении – основу F. Таким образом, первые строки текста, представленного на сайте, получают больше внимания пользователя, чем последующие строки на той же странице. Исследователи указывают на следующие недостатки F-шаблона восприятия:

- потеря времени и информации при чтении, поскольку подавляющее большинство пользователей ориентированы на быстрое ознакомление с представленной информацией;

- как следствие, неудобный дизайн сайта;

- пользователи стремятся к минимизации затрат на взаимодействие с источником и к максимизации пользы от прочитанного или услышанного. F-шаблон приводит к тому, что человеческий глаз фиксирует сразу несколько сигналов, поскольку экономия времени при чтении интернет-информации связана с меньшим количеством фиксаций и слов.

- глаз человека может фиксироваться на другом абзаце, а также на большем

количество слов, снова считывая текст справа, образуя при этом шаблон, похожий на букву Э.

С другой стороны, F-шаблон восприятия сайтой является наиболее используемым при всех его недостатках, поскольку контент представляется в прямой линии просмотра, и привычным для человека будет его чтение слева направо, а также данный шаблон восприятия удобен на мобильных устройствах.

Рассмотрим другие шаблоны восприятия, используемые в интернете:

- *layer-cake pattern* (шаблон восприятия «слоеный пирог») [6]. При таком шаблоне пользователи просматривают заголовки и подзаголовки, пропуская текст, написанный ниже.

Достоинствами данного шаблона являются легкая замена и перемещение слоев, разнообразие контента на сайте, упорядоченное содержимое. К недостаткам шаблона можно отнести длину страницы и необходимость перемотки (скроллинга) и тщательной компоновки материала.

- *Z-шаблон* восприятия в веб-дизайне выглядит следующим образом: помещаются предметы, которые необходимы для пользователя по верхней части буквы Z. Глаз пользователя будет следовать по пути этой буквы и столкнется с призывом к действию в конце своего пути. По пути к призыву совершить действия включается информация, которая формирует этот призыв.

Преимуществами Z-шаблона являются: разделение фона для фокусировки движения глаз внутри фона; логотип в дизайне для привлечения внимания пользователя к начальной точке; красочные «кнопки» для увеличения влияния на пользователя; четкие и последовательные заголовки.

Z-шаблон восприятия эффективно работает, так как текст (информация) представлена кратко и комплексно, последовательно (иерархично), содержится призыв к действию, а также представляет сам бренд и его продукт/услугу. Пользователю дана возможность сканировать текст быстро и полезно от начала до конца.

- *spotted-pattern* («пятнистый»-шаблон). Суть этого паттерна восприятия заключается в том, что пользователь пропускает большие фрагменты текста, так как ищет что-то конкретное (ссылки, цифры, определенное слово, адрес или подпись).

- *marking pattern* (шаблон маркировки). Этот шаблон восприятия используется в большей степени на мобильных устройствах: глаз пользователя сосредотачивается в одном месте, когда происходит скроллинг-просматривание страницы;

- *commitment pattern* (шаблон обязательств). Речь идет о том, что пользователь фиксирует практически все, что «находится» на странице. Он не пропускает ни единого абзаца, строчки, слова;

- *bypassing pattern* (шаблон обхода). В этом случае пользователь намеренно пропускает первые слова строк. Несколько строк текста в списке могут начинаться с одного и того же слова или слов.

Таким образом, использование разных паттернов восприятия отвечают разным мотивациям пользователей и целям, которые преследует основная целевая аудитория

сайта, а также контенту страницы. Оптимизация электронного контента с помощью вышеупомянутых шаблонов позволяет пользователям максимально эффективно воспользоваться представленной информацией и получить нужные сведения. Эффективные методы веб-форматирования позволяют привлечь внимание к самой важной информации.

Помимо визуального оформления интернет-ресурсов, при контакте с пользователями сети используются и другие приемы интернет-маркетинга. Одним их распространенных приемов, который подходит и для сайта образовательной организации, - это создание страницы захвата контактов (squeeze page), целью которой является получение адреса электронной почты и имени посетителя сайта без подробного описания предложения. Чаще всего такие станицы используются для продвижения событий или краткосрочных образовательных услуг – приглашения к участию в конференции, получения пробной версии образовательной услуги, записи на семинар, вебинар или тренинг др. [7]

Преимуществами такой страницы являются адаптированность для целевой аудитории, краткость и понятность заголовка, наличие кнопки призыва к действию (СТА).

Специалисты Сингапурского университета менеджмента доказали, что люди охотнее совершают покупки с тех веб-сайтов, которым они полностью доверяют, и имеют низкий порог воспринимаемого риска при использовании пользователем ресурса [8]. Для того, чтобы выстроить доверительные отношения между производителем и потребителем в виртуальной среде, нужно не только оптимизировать сайт, но создать комфортную среду для предоставления услуги. Можно выделить следующие способы для построения доверительной коммуникации образовательной организации в интернете [8]:

- Добавление знаков гарантии качества и доверия на сайте. По исследованиям, проводимым *Yankee Group Research Inc.*, 71% потребителей отметили важность наличие на сайте печати доверия или логотипа. Причем, как показывают исследования *Visual Website Optimizer*, добавление таких знаков помогло увеличить количество конверсий на сайте на 32%.

- Наличие оригинальных отзывов от реальных клиентов компании. Многие исследования, к примеру, *Moz* показали, что 67% пользователей, прежде чем совершить покупку, воспользоваться услугой знакомятся с онлайн-отзывами, а также читают онлайн-обзоры. Причем наличие как позитивных, так и «полезных» негативных отзывов будет лишь преимуществом.

Зарубежные специалисты в области маркетинга Даррен МакКолл и Гастон Легорбуру ввели новый термин - сторискейпинг (storyscaping), представляющий собой дальнейшее развитие идеи сторителлинга. Сторискейпинг связан с формированием комплексной системы историй и легенд, присущих бренду, которая близка потребителям и позволяет «вписать» продукт в собственную историю, сделать его частью своей жизни, создать иммерсивный опыт и способствовать большей эмоциональной вовлечённости [9].

Применение сторискейпинга при создании сайта образовательной организации особенно актуально, поскольку студенты приходят в вуз не только за получением профессии. Как отмечают исследователи в области маркетинга взаимоотношений в сфере образовательных услуг, студенчество - это старт карьеры, реализация возможностей и потенциала, особый стиль жизни [10]. Оптимизм, счастливые моменты, реализация идей и планов, истории успешных студентов позволяют абитуриентам и будущим учащимся понять и структурировать свою жизнь, сделать правильный выбор.

- Наличие формы обратной связи. Если у потребителя возникнут вопросы, комментарии и пожелания, то он должен быть уверен, что с компанией можно легко связаться и получить ответы. Коммуникация может осуществляться как традиционными методами (телефон, письмо, факс), так и средствами электронной коммуникации (email, Live Chat, Skype, социальные сети и др.).

- Показ образовательного продукта в интернете. Следует публиковать высококачественные изображения с представлением образовательного продукта, обстановки, видео-туров.

- Использование шрифтов и цветовых сочетаний. Разные виды шрифтов также могут оказать влияние на подсознание пользователя электронного ресурса. Зарубежными исследователями был проведен эксперимент, целью которого было изучение восприятия человеческим мозгом шрифта и проверка гипотезы, что правильный выбор шрифта способен повысить привлекательность продукта. В ходе лабораторного анализа было выявлено, что две трети (64%) из тех, кому было представлено меню со шрифтом *Lucinda Calligraphy*, оценили продукт как наиболее привлекательный и получили больше удовольствия, чем те, кто читал его описание в шрифте *Courier* [11; 12].

Различные стили шрифтов могут подсознательно вызывать разные эмоции. Так, четкий, удобочитаемый шрифт будет восприниматься как более надежный и достоверный [13].

Исследование зависимости восприятия информации от сложности шрифта, которым набран текст показало, что люди, прочитавшие текст, написанный простым шрифтом, более склонны принять рекламное предложение, чем те люди, которые прочитали «сложный» шрифт» [14].

Методы интернет-маркетинга распространяются и на графические фирменные знаки и визуальный ряд сайта организации. Психолог Т. Кениг, подробно изучив эмоциональное восприятие цветовых сочетаний, сделал вывод о том, что разные цветовые решения вызывают различные эмоции и ощущения, а также определил определенную последовательность результативных сочетаний цветов шрифта и фона в рекламном послании [15].

Успешность современной интернет-коммуникации основана не только на эффективном контенте. Психологизация интернет-маркетинга связана с изучением когнитивных, эмоциональных и конативных процессов пользователя сайта. Важными элементами современного интернет-маркетинга образовательной организации

являются правильный выбор шаблона восприятия для размещения информации на сайте, использование актуальных шрифтов, формированием системы сторискейпинга, построения доверительной коммуникации (отзывов, форм обратной связи и др.).

Литература:

1. 6 Neuromarketing Principles For Designing More Persuasive Websites // MarketingLand. -- URL: <http://marketingland.com/6-neuromarketing-principles-designing-persuasive-websites-93828>. - (дата обращения – 30.09.2018]
2. Обухов Н. 10 правил сторителлинга в интернете // Theory and practice. - URL: <https://special.theoryandpractice.ru/storytelling>. - (дата обращения – 30.09.2018),
3. Абабкова М.Ю. Повышение коммуникативности веб-сайта образовательной организации на основе принципов нейромаркетинга // Коммуникативные среды информационного общества: Тренды и традиции: Труды Междунар. науч.-теор. конф. 28-29 октября 2016 года. - СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2016. - 276 с. – С. 159-162.
4. Ferreriar В. F-Pattern: A secret weapon to boost website conversions // Neuromarketing by Roger Dooley. – URL: <https://www.neurosciencemarketing.com/blog/articles/f-pattern.htm>. – (дата обращения: 30.09.2018).
5. Pernice K. F-Shaped pattern of reading on the web: misunderstood, but still relevant (even on mobile) // Nielsen Norman Group: Evidence-Based User Experience Research, Training, and Consulting. – URL: <https://www.nngroup.com/articles/f-shaped-pattern-reading-web-content/>. – (дата обращения: 05.01.2018).
6. Cullen Ch. Layer cake: a responsive design layout pattern. – URL: <http://chipcullen.com/layer-cake-design-pattern/>. – (дата обращения: 29.09.2018).
7. Что такое страница захвата и как ее создать? // Сайт Lpgenerator. – URL: <https://lpgenerator.ru/blog/2018/09/18/chto-takoe-stranica-zahvata-i-kak-ee-sozdat/>. – (дата обращения: 05.01.2018).
8. Leibowitz В. 5 ways for e-commerce websites to build trust. – URL: <https://www.neurosciencemarketing.com/blog/articles/ecommerce-trust.htm>. – (дата обращения: 29.09.2018).
9. Меликян А. Сторискейпинг: Как рассказать потребителю легенду вашей компании в 2018 году // Секрет фирмы. - URL: <https://secretmag.ru/business/methods/storiskretching-kak-rasskazat-potrebitelyu-legendu-vashei-kompanii-v-2018-godu.htm>. - (дата обращения – 30.09.2018).
10. Мамонтов С.А. Сфера образования как многоуровневая маркетинговая система // Журнал «Маркетинг в России и за рубежом». - URL: <http://www.mavriz.ru/articles/2001/5/154.html>. - (дата обращения – 30.09.2018).
11. Льюис Д. Нейромаркетинг в действии: как проникнуть в мозг покупателя / Дэвид Льюис; пер. с англ. Марии Мацковской. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2015. – С.57-58.
12. Как с помощью музыки, запахов и правильных шрифтов убедить клиентов покупать больше // Сайт Lpgenerator. – URL: <http://lpgenerator.ru/blog/2014/06/02/kak-s-pomoshyu-muzyki-zapahov-i-pravilnyh-shriftov-ubedit-klientov-pokupat-bolshe>. – (дата обращения: 30.09.2018).
13. Нейромаркетинг: расширенное руководство по эмоциональному убеждению // Сайт Lpgenerator. – URL: [http://lpgenerator.ru/blog/2016/03/04/nejromarketing-rasshirennoe-rukovodstvo-po-emocionalnomu-ubezhdeniyu/?utm\\_campaign=digest-49&utm\\_source=Sendsay&utm\\_medium=email](http://lpgenerator.ru/blog/2016/03/04/nejromarketing-rasshirennoe-rukovodstvo-po-emocionalnomu-ubezhdeniyu/?utm_campaign=digest-49&utm_source=Sendsay&utm_medium=email). – (дата обращения: 30.09.2018).
14. Song, H., Schwarz, N. If It's Difficult to Pronounce, It Must Be Risky Fluency, Familiarity, and Risk Perception // University of Washington. - URL: <http://courses.washington.edu/pbafhall/514/514%20Readings/songandschwarzrisk.pdf/>. - (дата обращения – 20.09.2018).
15. Ульяновский А.В. Маркетинговые коммуникации: 28 инструментов миллениума. – URL: [http://modernlib.net/books/andrey\\_ulyanovskiy/marketingovie\\_kommunikacii\\_28\\_instrumentov\\_milleniума/read/](http://modernlib.net/books/andrey_ulyanovskiy/marketingovie_kommunikacii_28_instrumentov_milleniума/read/). – (дата обращения: 25.09.2018).

**Социально-коммуникативные возможности и опасности цифровизированного образовательного пространства**  
**Countering socio-cultural threats to desocialization reprovisioning of personality in the educational space**

*Шахтинский автодорожный институт (филиал) ЮРГПУ(НПИ) им. М.И. Платова*  
*Road Shakhtinsky Institute (branch) SRSPU (NPI) named after M.I. Platov*

Рассматриваются возможности эффективного использования новых информационно-коммуникационных технологий в формировании цифровизированного образовательного пространства. Представлены негативные последствия виртуализации образования и границы применения глобальной сети Интернет в цифровизированном образовательном пространстве.

Ключевые слова: цифровизация, цифровизированное образовательное пространство, Интернет, информационно-коммуникационные технологии, виртуальное пространство.

The possibilities of effective use of new information and communication technologies in the formation of digitalized educational space are considered. The article presents the negative consequences of education virtualization and the boundaries of the use of the global Internet in the digitalized educational space.

Keywords: digitalization, digitalized educational space, Internet, information and communication technologies, virtual space.

Применение новых информационных технологий привело к формированию цифровизированного образовательного пространства, под которым понимают созданную с помощью компьютерных средств среду, в которой происходит коммуникация между обучающимся и обучающим, передача знания от преподавателя – к обучаемому и осуществление обратной связи: от обучаемого – к преподавателю. Возможности применения новых информационных технологий в образовании чрезвычайно широки, т.к. с их помощью резко возрастает наглядность изучаемого предмета, расширяется информационная база, развивается игровой момент, благодаря которому можно рассматривать различные варианты поведения изучаемого предмета и т.д. [1, 2].

Область образования является ключевой областью внедрения новых цифровых достижений и сама по себе выступает в качестве важнейших факторов и способствующих дальнейшему развитию цифровых технологий (распоряжение Президента РФ от 18 мая 2017 г. № 163-рп «Об утверждении плана перехода на использование отечественных геоинформационных технологий»; распоряжение Правительства РФ от 28.07.2017 № 1632-р «Об утверждении программы «Цифровая экономика Российской Федерации»).

Однако возможности цифровизированного образовательного пространства в деле обучения не безграничны. Во-первых, потому, что компьютерные программы безличны и личность педагога они не могут подменить. Индивидуальность, яркость, неповторимость личности Педагога, Учителя - не повсеместно существующий дар, от которого мы, тем не менее, отказываемся, элиминируя личность Педагога из образовательного процесса. Во-вторых, потому, что существует возможность появления психологической зависимости человека от компьютера, возникновения

Интернет-зависимости (Internet addiction). Интернет-зависимость поведенчески проявляется в том, что люди до такой степени предпочитают жизнь в Интернете, что фактически начинают отказываться от своей «реальной» жизни, проводя большую половину суток в виртуальной реальности. Термин «зависимость» заимствован из лексикона психиатров для облегчения идентификации проблемы Интернета. Проблема, таким образом, ассоциируется с характерными социальными и психологическими проблемами. Всего может проявляться до десятка симптомов, в которые входят: чрезмерное время, проводимое в сети; увеличивающееся беспокойство при нахождении в реальном мире; ложь или скрывание количества времени, проведенного в киберпространстве; вялое функционирование в реальном мире и др. Злоупотребление Интернетом ведет к социальной изоляции, увеличивающейся депрессии, распаду семьи, неудачам в учебе, финансовому неблагополучию и к потере работы.

Опасность расширения цифровизированного образовательного пространства связана с тем, что пользователь может привыкнуть к отсутствию необратимых процессов в объекте, да и вообще утратить способность ориентации в реальности, если ее компьютерная модель симулирует реальную действительность со значительным искажением. Это мы наблюдаем в компьютерных играх, когда пользователь приобретает с помощью своего компьютерного «двойника» способности, которыми в реальной жизни он никогда обладать не будет: невероятную силу, ловкость, умение летать, да еще и бессмертие, или хотя бы парочку-другую «жизней». Поэтому очерчивание границ цифровизированного образовательного пространства нам представляется не менее важным, чем выявление его положительных результатов.

В-третьих, формализация содержания предмета не всегда идет на пользу его изучению. Обучение в условиях цифровизации образования предполагает некоторую последовательность операций, продумываемую создателем программы обучения. Однако степень эффективности от выполнения этих операций (даже без учета материальных вложений в обеспечение цифровизации) – все еще величина неизвестная. Сравним обучение языку в естественной среде и в цифровизированной образовательной среде. Ребенок усваивает родной язык естественным путем, без специально организованного обучения, непосредственно из среды, окружающей ребенка и в высшей степени эффективно. Однако изучение языка с помощью компьютера требует значительных усилий.

В самой истории становления программно-обеспеченного в цифровизированном образовательном пространстве можно выделить следующие стадии: предоставление учебной информации репродуктивным методом; появление элементов контроля (обратной связи); появление элементов коррекции знаний; появление программ, учитывающих результаты обучения конкретного ученика с целью адаптации к его индивидуальности, интеллектуальным возможностям и уровню развития; появление развивающих логику и творческие способности обучаемых программ, в которых предусмотрены следующие операции ученика с материалом: самостоятельное

логическое структурирование темы, проведение сравнительного анализа, применение исторического подхода, обращение к гипертексту, решение проблемных заданий и т.д. Такие программы достигают одну из важнейших целей: индивидуализации обучения.

Таким образом, развитие программного обеспечения осуществляется по пути усиления активности взаимодействия между компьютером и обучаемым. На первых стадиях компьютер лишь повторяет (в меру своих возможностей) логику человеческих действий, но не выстраивает собственной: он выступает средством воспроизведения реального содержания знаний, которые необходимо передать ученику.

В этой связи следует указать на возникшие опасности лавинообразного вторжения в образование компьютерных технологий. Первая опасность вытекает из того, что образование не сводится лишь к передаче знаний о том или ином фрагменте реальности: оно призвано также образовывать личность, прививая ей определенную систему ценностей, что компьютер пока сделать не в состоянии.

Вторая опасность связана с тем, что компьютер облегчает доступ к информации, но всегда ли это хорошо? Сегодня мы констатируем упадок словесности. Этот упадок подготовлен компьютерами: они рождались как орудие письменности, сегодня же они все чаще замещают слова – визуальными образами. В результате школьники читают все меньше и меньше, предпочитая просматривать картинки.

Современные технологические достижения позволяют заменять мысленную интерпретацию реальных событий - манипулированием с ними в созданной компьютерными средствами среде. В этом случае читатель, зритель, обучающийся из наблюдателя превращается в сотворца, влияющего на виртуальный процесс, но воспринимает его при этом как процесс действительный. В результате происходит трансформация сознания: реальность оказывается проницаемой для многих воздействий, невозможных в действительности. Компьютерные двойники любых процессов и знаний о них приобретают удивительную способность не обозначать что-либо из действительной жизни: мы теряем означаемое.

Таким образом можно представить ситуацию, где компьютер станет выстраивать собственную логику диалога с обучаемым, сообщая ему псевдознания. Уже сегодня Интернет оценивают не только в восторженных, но и в тревожных тонах. Интернет - это до сих пор плохо контролируемая область, где циркулирует разнообразная информация, это информационная свалка. Обучающиеся же отсылаются к программам разного типа. В связи с этим возникает необходимость дифференцированного подхода к программному обеспечению учебного процесса при создании цифровизированного образовательного пространства.

#### Литература

1. Чистяков А.В. Возможности и границы применения новых информацион-ных технологий в виртуальном образовательном пространстве // Инноваци-онные образовательные технологии в технических университетах: Сб. науч. статей по проблемам высшей школы / Юж.-Рос. гос. техн. ун-т (НПИ). – Но-вочеркасск: ЮРГТУ, 2006. – С. 195-200.

2. Чистяков А.В. Возможности и границы виртуализации образования // Гуманитарные и социально-экономические науки. □ Ростов н/Д, 2006. – №4. – С. 244-247.
3. Чистяков А.В. Социально-коммуникативные опасности и перспективы информационно-коммуникационных технологий в виртуальном образовательном пространстве // Социокультурные среды и коммуникативные стратегии информационного общества: труды Международной научно-теоретической конференции; Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого. - С.-Пб., 2015. - С.138-140.

УДК 1 (130.1) + (303.01), ББК 87.6

**Е.А. Осипова**  
Elena Osipova  
prconsult@list.ru

## **Корпоративные ценности российских коммерческих компаний и некоммерческих организаций**

### **Corporate values of Russian commercial companies and non-profit organizations**

*Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова  
Plekhanov Russian University of Economics*

Сравнительный анализ формализации и внедрения в практику корпоративных ценностей коммерческих компаний и некоммерческих организаций, проведенный на основе материалов 30 крупных российских коммерческих компаний и 30 крупных российских некоммерческих организаций показывает, что общим для них является обозначение ценностей в корпоративных документах, переход к системной работе с корпоративными ценностями, включающей стратегический подход к их разработке и встраиванию во все направления профессиональной деятельности и социальной активности. Основное различие проявилось в понимании сотрудниками коммерческих и некоммерческих структур профессиональной и личностной значимости корпоративных ценностей, которое имеет, не столько содержательные и организационные, сколько коммуникативные причины, то есть, связано с качеством освещения деятельности, раскрывающей корпоративные ценности.

Ключевые слова: ценности, корпоративные ценности, корпоративная культура, коммерческая компания, некоммерческая организация, коммуникации.

A comparative analysis of the formalization and implementation of corporate values of commercial companies and non-profit organizations was based on the materials of 30 Russian commercial companies and 30 Russian non-profit organizations. The analysis showed that they have some common trends: the designation of values in corporate documents; the transition to systematic work with corporate values, including a strategic approach to their development and integration in all areas of professional and social activity. The main difference was manifested in the understanding of employees of commercial and non-commercial structures of professional and personal importance of corporate values. First of all, this is due to the quality of lighting activities that reveal corporate values.

Keywords: values, corporate values, corporate culture, commercial company, non-profit organization, communications.

Корпоративные ценности становятся в последние десятилетия объектом пристального внимания исследователей, анализирующих разные аспекты деятельности коммерческих компаний и некоммерческих организаций. В связи с ростом децентрализации бизнеса и расширением масштабов деятельности международных некоммерческих организаций в менеджменте на смену идее управления по инструкциям (management by instructions – МВИ) пришла идея управления по целям (management by objectives – МВО), которую, в свою очередь, в настоящее время вытесняет концепция управления по ценностям (management by

values – MBV) [1]. Исследования Michel L. Ehrenhard и Timo L. Fiorito показали, что реализация в деятельности компаний таких ценностей как уважение, солидарность и равенство позволяют им сохранять репутацию в кризисные периоды развития [2].

Несмотря на то, что в западных исследованиях практики ведения бизнеса, куда включаются и некоммерческие структуры, традиционно господствует идея прибыли как главной и конечной цели, а управление на основе ценностей в этих работах выступает в качестве инструмента повышения прибыльности и выживания в конкурентной и рискогенной среде, исследования последних лет показывают, что «напрямую корпоративные ценности с прибылью практически не связаны» [3, С.36]

Тем не менее, корпоративные ценности являются фундаментом построения корпоративной философии, направляющей развитие корпоративной культуры, которая, в свою очередь, определяет степень вовлеченности сотрудников компании/организации в реализацию ее корпоративных ценностей.

Поскольку корпоративные ценности являются фундаментом корпоративной культуры каждой организации, вне зависимости от сферы ее деятельности, в исследовании ставилась задача провести сравнительный анализ процедур формализации и внедрения в практику корпоративных ценностей коммерческих компаний и некоммерческих организаций. Исследование проводилось на основе анализа материалов сайтов и социальных сетей 30 крупных российских коммерческих компаний и 30 крупных российских некоммерческих организаций. В исследовании также учитывались две стадии процесса управления на основе ценностей, описанные В.И. Кабалиной и Л.М. Чеглаковой: 1. Формулирование и распространение ценностей в компаниях; 2. Встраивание ценностей в систему управления компаний [4, С. 11]

Исследование показало, что общим для крупных коммерческих компаний и некоммерческих организаций является то, что в большинстве из них корпоративные ценности сформулированы и представлены на корпоративных сайтах и в уставах. Коммерческие компании транслируют свои ценности также в этических кодексах, брендбуках и социальных отчетах. Многие коммерческие компании и некоммерческие организации проводят специальную работу при найме на работу, а также с сотрудниками, направленную на разъяснение корпоративных ценностей и ознакомление с практикой их реализации. Материалы сайтов, корпоративных изданий, контент социальных сетей крупных российских коммерческих и некоммерческих организаций показывает, что все большее их число переходит к системной работе с корпоративными ценностями, включающей стратегический подход к их разработке или обновлению и их встраиванию во все направления профессиональной деятельности и социальной активности.

Основное различие проявилось в понимании сотрудниками коммерческих и некоммерческих структур значимости корпоративных ценностей. Исследование показало, что сотрудники многих коммерческих компаний, ценности которых формализованы в корпоративных документах, не знают этих ценностей, не видят их корреляции с практической деятельностью компании, не считают их значимыми для развития самой компании и их собственного профессионального и личностного роста.

В некоммерческих организациях, напротив, даже при условии отсутствия формализации корпоративных ценностей, сотрудники, как правило, могут не только артикулировать эти ценности, но и детально осветить деятельность организации по их воплощению в жизнь. Это объясняется как постоянной включенностью сотрудников в реализацию ценностей, так и в более системное и обстоятельное освещение ценностно-ориентированной деятельности на корпоративных сайтах, в социальных сетях, в СМИ и т.д.

В целом исследование показало, что повышение значимости корпоративных ценностей связано не только с системой управления, но и с организацией коммуникаций с сотрудниками и внешними аудиториями, артикулирующих корпоративные ценности, а также системно и последовательно раскрывающих способы реализации этих ценностей в деятельности компаний/организаций. Таким образом, внедрение корпоративных ценностей в жизнь коммерческих компаний и некоммерческих организаций предполагает в качестве обязательного ценностный подход не только к процессу управления, но и к организации внутрикорпоративных и внешних коммуникаций, то есть к связям с общественностью [5].

Литература:

1. Долан С., Гарсия С. Управление на основе ценностей. Корпоративное руководство по выживанию, успешной жизнедеятельности и умению зарабатывать деньги в XXI веке. М.: Претекст. 2008.
2. Ehrenhard M.L., Fiorito T.L. Corporate values of the 25 largest European banks: Exploring the ambiguous link with corporate scandals // Journal of Public Affairs Volume 18, Issue 1 URL: [https://ris.utwente.nl/ws/portalfiles/portal/25268625/Ehrenhard\\_et\\_al\\_2018\\_Journal\\_of\\_Public\\_Affairs.pdf](https://ris.utwente.nl/ws/portalfiles/portal/25268625/Ehrenhard_et_al_2018_Journal_of_Public_Affairs.pdf)
3. Просвиркина Е.Ю. Корпоративные ценности и прибыль коммерческих банков: анализ взаимосвязи. // Управленец. № 2 (66). 2017.
4. Кабалина В.И., Чеглакова Л.М. Корпоративные ценности в управлении российскими компаниями. // Российский журнал менеджмента. Том 11. № 3. 2013.
5. Осипова Е.А. Аксиологические основания теории связей с общественностью. М.: ИНФРА-М. 2016.

УДК 316.77, ББК 60.0

Т.И. Попова, Д.В. Колесова  
Tatiana Popova, Daria Kolesova  
t.popova@spbu.ru, d.kolessova@gmail.com

## **Индивидуальный предприниматель как человек-бренд Individual entrepreneur as a person-brand**

*СПбГУ  
St. Petersburg State University*

В докладе рассматривается репутационная технология «человек-бренд микробизнеса» в социальных сетях. Анализируются типы текста личных постов (описание, повествование, инструкция, объяснение, аргументация) блогов, продвигающих продукцию или услуги; учитывается количество лайков и тип комментариев. Делается вывод о появлении нового субъекта технологии «человек-бренд»: индивидуальный предприниматель, представитель микробизнеса.

Ключевые слова: человек-бренд, репутационная технология, микробизнес.

In this report reputational technology “Person-brand of microbusiness” used in social media is discussed. Types of texts (description, narrative, instruction, explanation, and argumentation) used in personal posts of the blogs, aimed at marketing of products and services are analyzed; number of likes and

types of comments related to the posts is taken into account, as well. Emergence of a new subject in reputational technology "person-brand" is stated: individual entrepreneur, on a microbusiness scale.

Keywords: person-brand, reputational technology, microbusiness.

Во всех развитых странах сегодня доминирует общество потребления, которое подразумевает «совокупность отношений, где господствует... символизм материальных объектов, влекущий потребителей приобретать вещи и тем самым наделять себя определенным статусом» [1]. При этом предпринимателю все сложнее продать товар, ибо конкуренция высока, а клиенты умеют защищаться от рекламных технологий. Реклама персонализируется, чтобы вызвать доверие к производителю/продавцу.

Наш современник нуждается в идеале, модели или в образце поведения. Человек-бренд воплощает жизнь и ценности, важные для его целевой аудитории [2]. Опыт такого человека имеет «надындивидуальное значение, который, транслируясь при помощи информационных средств массовой культуры, становится общедоступным» [3].

Развитие персонального брендинга в социальных сетях – одна из основных тенденций в области маркетинговых технологий. Этой теме было посвящено довольно много научных работ [4], а затем вопрос перешел в область практических рекомендаций начинающим игрокам (разумеется, эти рекомендации пишутся с целью привлечения клиентов к авторам-экспертам). Таким образом, человек-бренд – это известная репутационная технология не только компании, но и конкретного человека, однако чаще всего таким образом повышают свой гудвилл либо знаменитости, либо топ-менеджеры и высокотехнологичные профессионалы.

Современные, особенно молодые, индивидуальные предприниматели, разумеется, представляют свой товар или услуги в социальных сетях уже давно. Однако традиционно такой блог – это демонстрация предлагаемых продуктов их деятельности, изредка – счастливые лица покупателей, конкурсы и предложения скидок. В последнее время появилась новая тенденция: некоторые индивидуальные предприниматели стали рассказывать о своей жизни, делиться размышлениями и т.п. Мы предполагаем, что можно говорить о новой сфере существования технологии «человек-бренд».

К анализу были привлечены блоги индивидуальных предпринимателей в сети Инстаграм. Для детального анализа были выбраны успешные проекты (не менее 5000 подписчиков), авторы которых, скорее всего, занимаются производством товаров или услуг, а не контента в социальных сетях (не более 25000 подписчиков). Итак, из блогов 2 женщин и 2 мужчин за период август-сентябрь 2018 года были выбраны те посты, которые не посвящены их товарам или услугам. Доминирующий тип текста постов – описание, повествование, инструкция, объяснение, аргументация [5] – был соотнесен с количеством лайков и комментариев к ним.

Таким образом, можно с уверенностью говорить о том, что по крайней мере в рунете существует такая репутационная технология, как человек-бренд микробизнеса.

Литература:

1. Ильин А.Н. Общество потребления и его сущностные особенности // Ценности и смыслы. 2013. <https://cyberleninka.ru/article/n/obschestvo-potrebleniya-i-ego-suschnostnye-osobennosti> (Дата обращения 21.10.2018)
2. Мурашко С.Ф., Богословская В.Р., Кротова А.Н. Понятие «человек-бренд»: структура и развитие // Казачество. 2016. <https://cyberleninka.ru/article/n/ponyatie-chelovek-brend-struktura-i-razvitie> (Дата обращения 21.10.2018)
3. Миляева Е.Г. Человек-бренд в современной культуре: философско-антропологическая интерпретация // Вестник культуры и искусств. 2013. <https://cyberleninka.ru/article/n/chelovek-brend-v-sovremennoy-kulture-filosofsko-antropologicheskaya-interpretatsiya> (Дата обращения 21.10.2018)
4. Lampel, J., & Bhalla, A. The role of status seeking in online communities: Giving the gift of experience/ *Journal of Computer-Mediated Communication*, 2007. # 12, pp. 434–455; Labrecque, L. I., Markos, E., & Milne, G. R. Online personal branding: Processes, challenges, and implications/ *Journal of Interactive Marketing*. 2011, #25, pp. 37–50.
5. Функционально-смысловые единицы речи: типология, исходные модели и принципы развертывания /Под общ. ред. К.А. Роговой. СПб., 2017.

УДК 316.77, ББК 60.0

Tatiana Khvatova, Jessica Lichy  
Tatiana-khvatova@mail.ru

## User engagement in Social Networks: a study of BRIC countries

*SPbPU, IIMET, Russia*

Information and communication technologies (ICT) have reshaped human interaction and communication, transforming the ways in which information is exchanged, stored and retrieved. As Internet usage reaches maturity across the Western world, a number of the so-called ‘transition economies’ (aka the BRICs: Brazil, Russia, India and China) have emerged as a source of dynamic change in digital consumption, equalling or exceeding the economies of developed countries. The context for this study is ICT usage among young adults, particularly social networking sites (SNS), for undertaking routine activities. Much of our existing knowledge of digital usage is interpreted through an Anglo-Euro-centric lens, invariably framed by a somewhat biased political, legal and cultural environment. For this reason, the present study sets out to provide a snapshot of digital usage in a BRIC context. The present study contributes to the literature on the Internet user behaviour *of the individual* in Brazil, Russia, India and China. It explores an under-researched area: an individual’s behaviour (i.e. nature of engagement) with SNS in the BRIC environment. The results of the data analysis suggest emerging commonality and persisting disparity in SNS usage in BRIC countries.

Key words: BRICs (Brazil, Russia, India and China), ICT, digital usage, Internet user behaviour

### Overview and background: BRICs and clicks.

In recent years, Brazil, Russia, India and China have received heightened academic interest owing to their rapid economic growth [1] and economic resilience during the global financial crisis. Estimates suggest that by 2040 the aggregated economies of Brazil, Russia, India and China are projected to be larger than the aggregated economies of the G-6: U.S., U.K., France, Germany, Japan and Italy [2]. Ranked among the most promising large Emerging Market economies and covering more than 25% of global GDP, the BRIC countries have strong trade connections inside and outside the group and are growing much faster than the general world trade [3].

Prior research confirms the positive impact of social networks in these markets. These networks of relations play a significant role in driving socio-economic growth [4]. With digital transformation, the use of social networking sites (SNS) has become an international phenomenon; their rapid widespread usage warrants a better understanding. There is a need to develop an awareness of how young adults engage with SNS in BRIC countries, as they are/will be responsible for the future development of the wider social and economic landscape. SNS are defined as online services that allow users to create an individual profile, connect with other users, often people known offline, and navigate through these networks of contacts [5].

The analysis of the survey findings offers insights into the thoughts, experiences and behaviours of Gen Z and Millennials as well as of adults in order to explain their SNS behaviour. It reveals the extent of commonality and disparity of SNS usage in BRIC countries, suggesting that the widespread usage has not generated ‘standardised’ user behaviour. This finding raises the issue of standardising marketing communications for efficiency reasons or adapting marketing communications to local habits and consumer motives to be effective. Our study thus offers a range of insights and implications for marketing professionals targeting consumers in BRIC markets.

### **The research context and research question.**

Studies of technology usage have often been published from an Anglo-American-centric perspective. With the exception of [6,7], little research has been undertaken regarding the individual’s engagement with ICT, and in this case SNS, in the context of BRIC countries.

Focusing on SNS usage among young adults in BRIC countries, the authors draw from different strands of literature to formulate the following research question: To what extent does SNS user behaviour (engagement) differ across Brazil, Russia, India and China?

The online environment is crowded and constantly evolving. The popularity of *local* SNS (such as *Odnoklassniki* in Russia and *QQ* in China) reflects national efforts to challenge the global giants – Twitter, Google+ and Facebook – by exploiting cultural identity. Understanding how individuals consume SNS is becoming increasingly complex; the online environment is continually fragmenting into new segments that transcend geographic borders, cultures and languages. In addition, Internet content regulation is enforced through Internet surveillance and censorship in Russia and China, further complicating comparisons of user behaviour. Estimates of population, Internet penetration and regulation in BRIC countries are presented in the Table 1 below.

**Table 1: Population, Internet penetration and censorship [8]**

	Population (millions)	Internet penetration (millions)	Internet content regulation
Brazil	202.8	139.11	N/A
Russia	143.9	109.55	Partial censoring
India	1.3	462.12	Selective filtering
China	1.4	738.54	Partial censoring

Establishing a reliable comparison of SNS usage in BRIC countries is problematic for two reasons: firstly, the available statistics tend not to provide equivalent figures for equivalent time periods. Secondly, many well-known international online organisations are either refused legal entry or eclipsed by their national competitors [9]. Against this backdrop, we set out to ascertain the extent to which SNS user behaviour (engagement) differs across Brazil, Russia, India and China.

### **Methodology.**

As there seems to be a general lack of reliable information concerning the specific area of individuals’ SNS usage in BRIC countries, we designed our own survey instrument (developed from the literature available) to explore SNS behaviour (engagement). The survey questions were purposely broad, focusing on collecting information to further our understanding of how young individuals in BRIC countries consume SNS.

Concerning the distribution of the survey, two different approaches were used to collect data. Firstly, a link to the survey was posted on Twitter, LinkedIn and WeChat, inviting young adults in Brazil, Russia, India and China to participate in the study. Contacts of the authors were also invited to nominate further contacts from their social and professional networks to take part in the survey.

Secondly, the survey link was distributed via organisations that regularly come into contact with young individuals: career advisory services, located within higher education providers in each country. Thus, the respondents form a relatively homogeneous group that can be described as young, digital literate, job-seeking individuals. The survey was available online for six months and completed surveys were analysed using software ‘SPSS’.

### **Key findings and discussion.**

During the six-month timeframe, the survey yielded responses from 253 respondents, aged over 18, 75 people from Brazil, 46 people from Russia, 66 people from India, and 66 people from China.

The following table shows a breakdown of data from the initial findings.

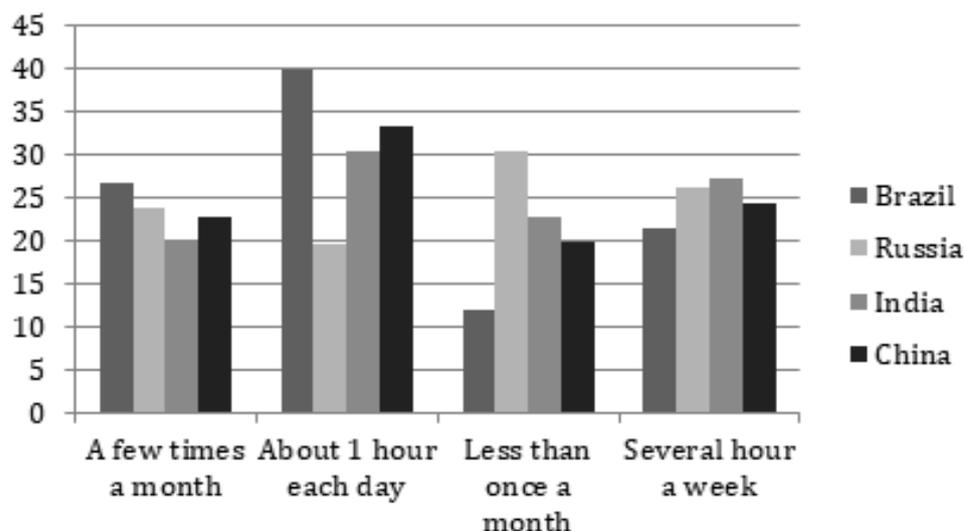
**Table 2: Comparison of returns from each BRIC country**

	<b>N</b>	<b>Male (n, %)</b>	<b>Female (n, %)</b>
Brazil	75	54.7	45.3
Russia	46	39.1	60.9
India	66	66.7	33.3
China	66	47.0	53.0
Total	253	-	-

Source: Survey data gathered by authors

Regarding the time our respondents spend in their favourite sites we see that Brazilians and Chinese are leading (Fig. 1). The vertical axis shows the percentage of respondents.

**Figure 1: How much time do you spend in SNS?**



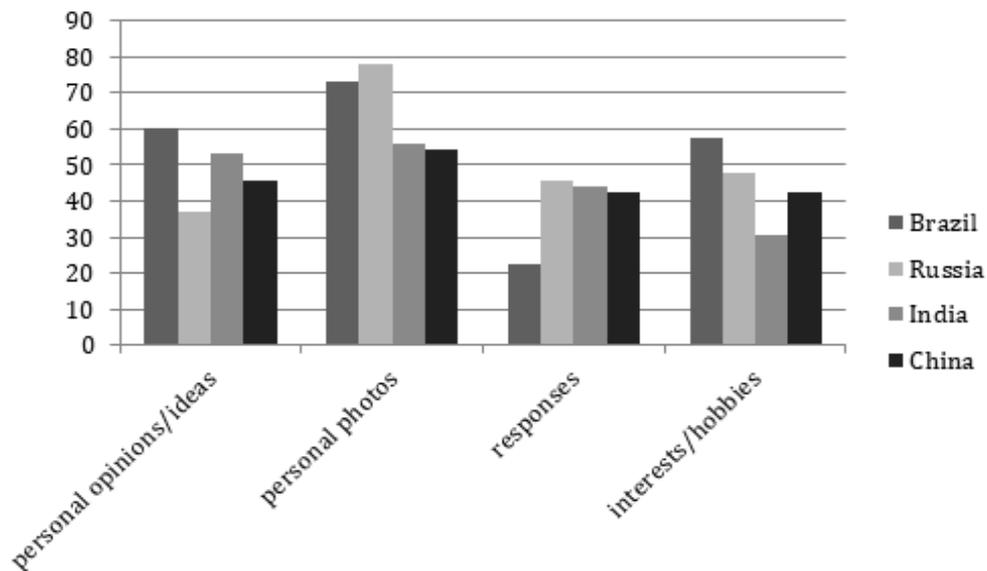
Which sites do you usually use? – the next question was. Facebook is an absolute leader for each BRIC country – majority of respondents put in on the first place – 89% Brazilians, 83% Russians, 89% Indians, 85% Chinese. On the second place Indians and Chinese put Skype, Brazilians put WhatsApp, Russians put Instagram. This is possibly connected with various market shares and strategies of these companies in various markets. It is interesting to note that VKontakte SNS which used to be most popular in Russia just a few years ago is hardly mentioned by Russian respondents.

The next question was about the concept of Big Data. It was formulated as follows: “What does Big Data mean for you?”. Over one third of respondents in each country answered that they had no idea of this concept: 40% of Brazilians, 34.8% of Russians, 33.3% of Indians and 34.8% of Chinese. The second most popular answer was “Big Data is more accurate consumer profile/ better match of supply and demand”: 16% of Brazilians, 8.7% Russians, 10.6% of Indians and 18.2% of Chinese.

The next group of questions was about people’s activities in SNS and about what they share with other people (Fig. 2).

In general, sharing photos (73,3% of Brazilians, 78,2% of Russians, 56% of Indians, 54,5% of Chinese); and expressing personal opinions are two most popular answers. Brazilians and Russians are leaders in sharing photos. Brazilians are far ahead of others in their desire to share personal opinions in SNS (60% against only 37% in Russia, for example). It is worth now remembering that the share of people who do not know about Big Data is the biggest in Brazil.

**Figure 2: What type of personal information do you share via social media?**  
(multiple choice question)



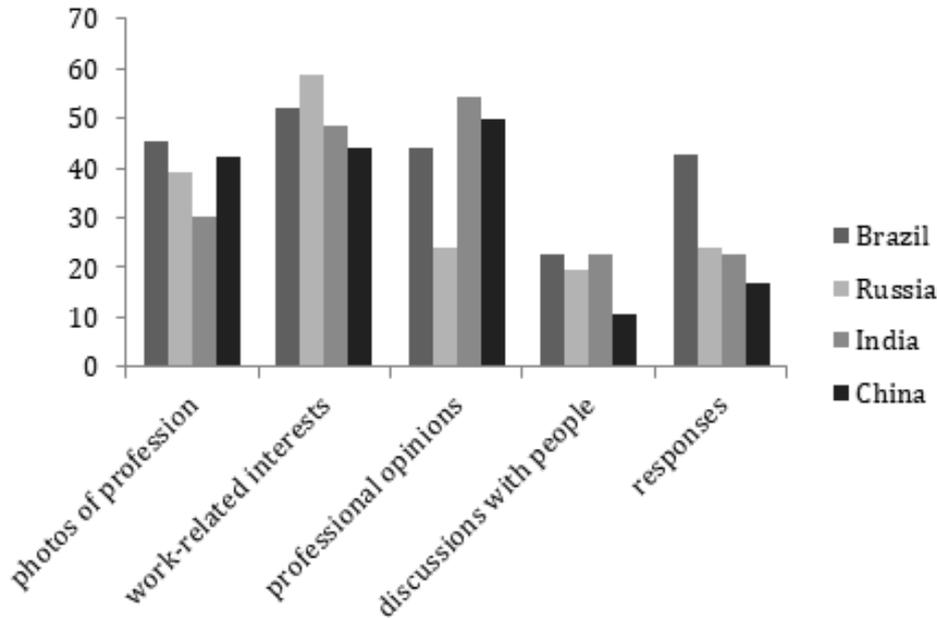
However it is interesting to observe that ‘Expressing personal opinions and ideas’ is not that popular among Russians (only 37% chose this answer); however Russians like to react to other people’s posts slightly more than other nationalities. Many Russian people marked ‘Discussions with friends’ as an important activity.

The next question was “What else do you do in SNS?” All nationalities answered approximately the same - sharing photos (photos (63% of Brazilians, 50% of Russians, 68% of Indians, 63,6% of Chinese)); on the second place there are chatting, e-mailing and meeting friends.

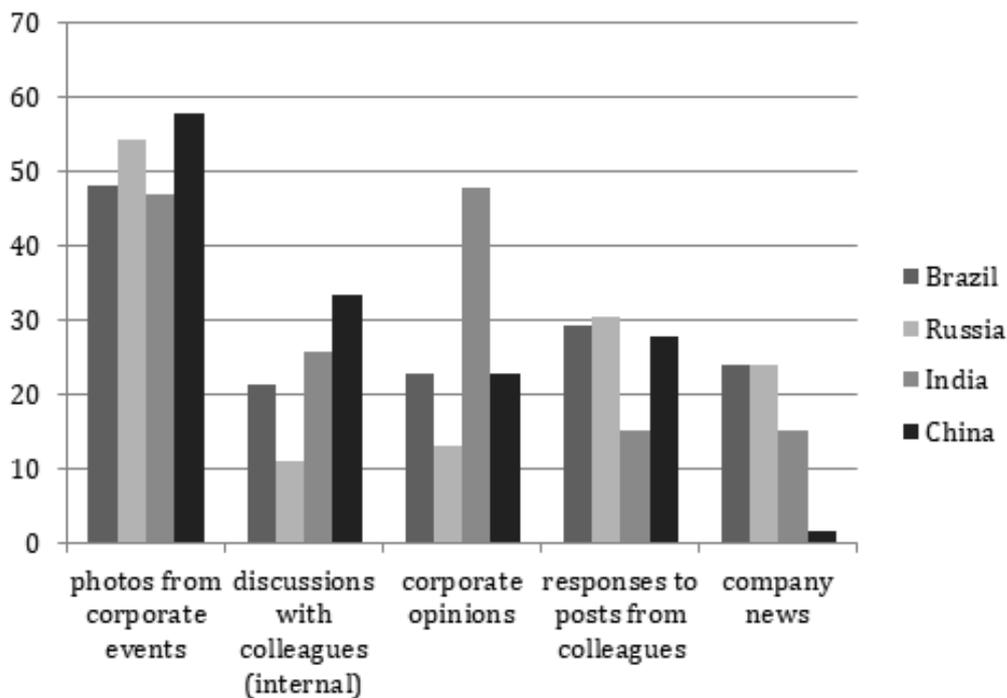
The next question was “What type of professional info do you share via social media?” The Chinese share more photos and express their professional opinions. Brazilians express their work-related interests much more than others; Brazilians and Russians are more cautious about expressing their professional opinion (Fig.3).

Brazilians demonstrate the highest variety of communication activities while Russians seem to be the least active, especially in expressing their opinions. Russians are leading in expressing their work-related interests while Chinese like expressing their professional opinions in SNS. The eagerness of Russians is less than half from the one of Chinese.

**Figure 3: “What type of professional info do you share via social media?”**  
(multiple choice question)



**Figure 4: What type of corporate info do you share via social media?** (multiple choice question)



Again we see that sharing photos dominates. Brazilians and Indians like discussing corporate issues with colleagues in SNS while for Russians it is less common. Russians prefer to share company’s news instead.

### **Limitations and further research.**

The authors restricted the study to Brazil, Russia, India and China, thus omitting later additions to the group of BRIC countries. These four countries were selected because of their similarly growing economies and different attributes. However, our idea is to stimulate further research, especially when access to other transition economies will be available since data about young adult SNS usage are still very limited (and difficult to measure as discussed earlier). Further research is needed to provide ongoing empirical evidence for SNS behaviour (engagement).

The younger generation grew up using digital media and are thus more attached to the technology; they live and breathe innovation. It is perhaps for this reason that they spend considerable time updating their personal information (adding photos, comments, editing, changing profile pictures, etc.). The initial data gathered in this study point strongly to the emergence of an international subculture of Internet users, with broad commonality for certain online activities – such as communicating, information retrieval and social networking. There are however some differences in Internet user behaviour that can be ascribed to the national context. Broadly speaking, the Internet is spreading trends that people may adopt, adapt, transform or reject entirely. Converging Internet user behaviour seems a logical outcome of increased globalisation. More research is of course needed to deepen our understanding of Internet user behaviour in the BRIC countries. The authors intend to proceed with a qualitative research to investigate the reasons for the differences between young Internet users in BRIC countries.

#### References:

1. Delcours, Natalya (Natasha) and Singh, Harmeet (2016). BRIC or CBRI: It just doesn't sound as sexy, does it?, *Quarterly Review of Economics and Finance*, 61, 230-239.
2. Lingenfelter, Paul (2006) The World is Flat: Implications for Higher Education Planners and Leaders, Keynote address for "Higher Education Facilities: Issues and Trends" international seminar organized by OECD (PEB & IMHE), Zacatecas, Zacatecas, Mexico, 29-30 May 2006: p.5
3. Galloppo, Giuseppe and Paimanova, Viktoriia (2017). The impact of monetary policy on BRIC markets asset prices during global financial crises. *Quarterly Review of Economics and Finance*, 66, 21-49.
4. Distefano, F., Gambillara, G. and Di Minin, A. (2016). Extending the Innovation Paradigm: A Double 'T' Environment and Some Evidence from BRIC Countries, *Journal of the Knowledge Economy*, 7(1), 126–154.
5. Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13, 210–230.
6. Chan, Leong and Daim, Tugrul (2012). Exploring the impact of technology foresight studies on innovation: Case of BRIC countries. *Futures*, 44(6), 618-630.
7. Ying, S., Miao, L., & Yibo, C. (2014). High-Tech Products Export Competitiveness, BRIC Countries in U.S Market: A Comparative Analysis. *The Journal of Developing Areas*, 48(3), 195-218.
8. Ebert, Hannes and Maurer, Tim (2013). Contested Cyberspace and Rising Powers. *Third World Quarterly*, 34(6), 1054-1074.
9. Sparks, Colin (2014). Deconstructing the BRICS, //, vol. no. 8, pp. 392–418

**Тенденции в развитии служб вопросов и ответов (на примере темы «Образование» на платформах Ответы@mail.ru и TheQuestion)**  
**Trends in the development of services of questions and answers (on the example of the topic "Education" on platforms Ответы@mail.ru and TheQuestion)**

*Санкт-Петербургский Политехнический университет Петра Великого  
Peter the Great St. Petersburg State Polytechnic University*

В статье рассматриваются службы вопросов и ответов Ответы@mail.ru и TheQuestion на примере темы «Образование». Актуальность работы обусловлена растущим использованием Интернета при поиске информации. Проводится анализ сайтов, вопросов и ответов на них. Главным образом исследование направлено на выявление тенденций в развитии служб вопросов и ответов. Выяснилось, что существует три основные тенденции: усовершенствование дизайна и структуры сайтов, наличие дополнительной информации, расширение категорий, сохранение рейтинговой системы, изменение в вопросах и ответах пользователей.

Ключевые слова: Интернет, интернет-коммуникация, вопросы, ответы, система вопросов и ответов

The article discusses the services of questions and answers Ответы@mail.ru and TheQuestion on the example of the topic "Education". The urgency of the work is due to the growing use of the Internet when searching for information. The analysis of sites, questions and answers to them is carried out. The main research is aimed at identifying trends in the development of Q & A services. It turned out that there are three main trends: improving the design and structure of sites, the availability of additional information, expanding categories, saving the rating system, changing the questions and answers of users.

Keywords: Internet, questions, answers, knowledge market, internet communication

В настоящее время коммуникация в сети Интернет занимает существенное место в жизни человека [1, с.101]. Современные гаджеты позволяют индивиду находиться в виртуальном пространстве постоянно, в какой бы точке земного шара он ни был. Таким образом, отсутствие или присутствие индивидов в пространстве сети зависит только от их желания, что, с одной стороны, отличает данное пространство от единого мирового, а с другой — утверждает его бытийность. [2, с.125]. Ответ на практически любой интересующий вопрос можно найти в Интернете посредством общения с другим человеком. Проблема поиска знаний актуальна и в сфере образования [3, с.562]. В связи с неудобством пользования библиотек, люди все чаще и чаще ищут информацию в Интернете. Для облегчения данного поиска были созданы специфические интернет-порталы - веб-сайтов, позволяющие пользователям задать вопрос или ответить на уже заданные вопросы. Сегодня человек выступает создателем новой технико-технологической базы информационно-коммуникативных процессов, а как объект — испытывает на себе последствия этого развития и вынужден адаптироваться в новой, им же созданной среде [4, с.58]. Неудивительно, что школьники, приобщенные к информационно-коммуникативным технологиям с раннего детства [5, с.44], обращаются со своими заданиями к сервисам вопросов и ответов.

Целью работы является исследование и анализ одной из первых появившихся платформ - Ответы@mail.ru и более современной платформы - TheQuestion. Просмотрев структуры сайтов, проанализировав 100 вопросов и ответов на указанных

интернет-порталах на тему «Образование», были выделены основные тенденции в развитии этих служб.

Первое, на что обращают внимание при просмотре веб-страниц многие пользователи, это оформление сайта, его дизайн, удобство работы с ним. Анализируя платформу Ответы@mail.ru, можно отметить устаревший дизайн, который не менялся со времени создания сайта, обилие рекламы, мелкий шрифт. Однако важным фактором является простота и лаконичность ее структуры, которая понятна даже непродвинутому пользователю. Второй же сайт, TheQuestion, выглядит более современным: здесь мы видим обилие ярких картинок и крупные, «кричащие» заголовки. Структура TheQuestion также достаточно проста, но кроме главной функции сайта (сервис вопросов и ответов) здесь можно найти различные интервью, статьи, последние новости. Впрочем, из-за множества всевозможных постов пользователь может потеряться во время поиска нужной ему информации. Важно заметить, что категорий вопросов на TheQuestion значительно больше.

В рейтинговой системе изменений замечено не было. На обоих сайтах присутствуют возможности создания личного профиля, получения баллов и повышения популярности, отслеживания вопросов и ответов конкретного человека. Существует система оценок, которые интернет-сообщества выставляют за ответы, что в итоге и определяет рейтинг каждого конкретного участника. Такие специфические правила отличают вопросно-ответные сервисы от обычных, даже тематических [6, с.75].

Проанализировав 100 вопросов на обоих порталах, было обнаружено следующее: большинство вопросов на Ответы@Mail.Ru затрагивают школьную тематику (56%), например «В какой строке все глаголы в неопределённой форме?», «Напишите сочинение по Нагибину». В основном суть вопросов заключалась в выполнении задания школьной программы по истории, химии, физике, экономике, биологии. На втором месте – вопросы, связанные с педагогикой (16%), конкретно: вопросы к учителям или же просьбы преподавателей поделиться опытом коллег, такие как «Милые женщины, вам нравится работать учителем начальных классов?» Следующие в рейтинге: вопросы о будущей профессии (10%) и об университетах (8%): пользователей интересуют ВУЗы для поступления, вакансии, дополнительные курсы повышения специальности. (Пример: «Что делать, если родители против выбранной профессии?», «Почему вода для организма полезна, а для диплома нет?»). Стоит отметить, что немалое количество вопросов заданы в шуточной форме (6%), например «Почему школьные доски зеленого цвета?», а вопросов о науке достаточно немного (4%) – «Почему на ноль делить нельзя?». Примерно в половине случаев пользователи обращаются к сервису вовсе не для того, чтобы реализовать основное коммуникативное задание вопроса, а с целью привлечь внимание к задавшему вопрос человеку или вызвать поверхностную дискуссию [3, с.2]. Между тем, на сайте TheQuestion можно найти огромное количество вопросов на научную тему (36%): людей интересуют вопросы в области химии, физики космоса и мировой экономики («Как близко можно приблизиться к черной дыре, хотя бы самой маленькой?»),

«Сколько ещё, теоретически, можно открыть новых химических элементов?»). Затем идёт тематика университетов (30%), где большинство – вопросы о поступлении, сдаче экзаменов, переводе на другие факультеты, например «Сложно ли после первого курса истфака перевестись на психфак того-же вуза?». Третьими и четвертыми являются вопросы о будущей профессии (16%) – «Сколько получает Джуниор 3d художник если нет опыта, но есть портфолио с курсов?» и школе (14%) – «Стоит ли отменить ЕГЭ?». В отличии от Ответы@Mail.Ru, на TheQuestion можно обнаружить спад вопросов на тему педагогика (2%), а также малое количество вопросов, заданных в шуточной форме (2%).

Таблица 1

Тематика вопроса	Ответы@Mail.Ru, %	TheQuestion, %
Школа	56	14
Университет	8	30
Педагогика	16	2
Будущая профессия	10	16
Вопросы в шуточной форме	6	2
Наука	4	36

Следующим критерием исследования стали категории ответов, которые были выделены так: ответы, основанные на личном опыте или собственном мнении, советы, факты, объяснения, а также отсутствие дельного ответа и отсутствие ответа как такового. На онлайн-ресурсе Ответы@Mail.Ru первой, в процентном соотношении, стала категория фактов (26%): пользователи отвечают, используя распространенную информацию, которую можно найти и в открытом доступе. Второй – ответ в шуточной форме (20%), что вызывает сомнения, ведь это превышает процент вопросов, заданных в шуточной форме (6%). Данный факт заставляет судить о компетентности и результативности данного сайта. На третьем месте оказались ответы-объяснения (18%), в которых пользователи подробно излагали информацию. Четвертое место поделили советы и отсутствие дельных ответов (здесь подразумевается: человек не дал конкретного ответа на вопрос, указал на источники, ответил не по теме) - по 10%. Отсутствие ответа как такового на Ответы@Mail.Ru не наблюдается, так как здесь отсутствие ответа предполагает и отсутствие вопроса. Первой категорией на TheQuestion оказалась категория объяснений (34%), в которой пользователи пытаются сами сполна интерпретировать те или иные явления, события. Затем – ответы, основанные на опыте (30%): люди делятся своими мнениями и размышлениями на заданную тему, основываясь на практике. Достаточно высокий процент у категории отсутствия ответа (20%), что подразумевает открытость вопроса и возможность отклика на него в дальнейшем. Четвертое и пятое место поделили факты (8%) и советы (8%), а ответов в шуточной форме и отсутствий дельных ответов вовсе нет.

Таблица 2

Категории ответов	Ответы@Mail.Ru, %	TheQuestion, %
Опыт	16	30
Ответы в шутливой форме	20	0
Советы	10	8
Отсутствие дельного ответа	10	0
Факт	26	8
Объяснение	18	34
Отсутствие ответа	0	20

Вывод: основываясь на результатах исследования, можно выделить такие тенденции:

1) Усовершенствование дизайна и структуры сайтов, наличие дополнительной информации, расширение категорий. TheQuestion более яркий, привлекающий внимание сервис, по сравнению с Ответы@Mail.Ru

2) Сохранение рейтинговой системы. TheQuestion не изменяет традициям, оставляя рейтинги по популярности, баллы за ответы и вопросы.

3) Изменение в вопросах и ответах пользователей. Несложно заметить, что вопросы на платформе TheQuestion более серьезные, весомые, в то время как на Ответы@Mail.Ru легко найти большее количество вопросов, заданных в шутливой форме, и большее количество полученных на эти вопросы такие же шутливые ответы, более того несерьезный ответ можно получить и на серьезный вопрос. Исходя из результатов по тематикам «Университет» и «Школа», можно сделать вывод о том, что аудитория TheQuestion старше аудитории Ответы@Mail.Ru. Проанализировав пользовательские ответы, можно заключить, что ресурсу TheQuestion можно доверять с большей уверенностью, так как здесь процент исчерпывающих ответов, основанных на научном подходе, намного выше, а процент несерьезных – ниже. Тем не менее, стоит согласиться, что при вводе вопроса в любой поисковой системе (Google, Яндекс...) в первых строках мы видим ссылки на сайт Ответы@Mail.Ru, что говорит о его сохраняющейся актуальности.

Литература:

1. Червяков А.А. Интернет система вопросов и ответов как языковое явление // Вестник Череповецкого государственного университета 2017. №3. С.101-107
2. Быльева Д.С. Сеть Интернет как новый тип пространства// Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского Государственного Политехнического Университета. 2016. №2. 124-130.
3. Лебедева О.В. Проблема поиска знаний и инструменты ее решений // Образовательные технологии и общество 2012. №3. Т.15. С.561-570
4. Шипунова О .Д., Березовская И .П., Гашкова Е .М. Условия формирования личности в контексте киберантропологии // Научно-технические ведомости СПбГПУ. Гуманитарные и общественные науки. 2017. Т. 8, № 3. С. 57–64. DOI : 10.18721/JHSS .8306
5. Быльева Д.С. Вторжение информационно-коммуникативных технологий в воспитание детей //Коммуникативные стратегии информационного общества : Труды IX Междунар. науч.-теор. конф. 26–27 октября 2017 г. – СПб. : Изд-во Политехн. ун-та. 2017. С.42-45
6. Мухин М.Ю., Цыганов Т.В. Креативный потенциал современных вопросно-ответных сервисов в интернете // Уральский филологический вестник. Серия: Язык. Система. Личность: лингвистика креатива 2012. №2. С.75-79

**СЕКЦИЯ 4. КОММУНИКАТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ В ГОСУДАРСТВЕННОМ  
УПРАВЛЕНИИ И ОБЩЕСТВЕННОМ САМОУПРАВЛЕНИИ  
SECTION 4. COMMUNICATIVE STRATEGIES IN PUBLIC ADMINISTRATION  
AND PUBLIC SELF-GOVERNMENT**

УДК 32.019.51, ББК 66.2

В.А. Ачкасова<sup>1</sup>, Н.Н. Журавлева<sup>1</sup>, Л.В. Азарова<sup>2</sup>  
Vera Achkasova, Nina Zhuravleva, Liudmila Azarova  
v.achkasova@gmail.com  
pr\_nina@mail.ru  
azarovaludmilla@gmail.com

**Государственный PR в информационном обществе: российская практика  
State PR in the information society: Russian practice**

*Санкт-Петербургский государственный университет<sup>1</sup>  
Санкт-Петербургский государственный электротехнический университет  
"ЛЭТИ"<sup>2</sup>  
Saint Petersburg State University  
Saint Petersburg Electrotechnical University ETU "LETI"*

Власть, имеющая коммуникативную природу и выступающая как средство специальной коммуникации, реализует эти функции с помощью государственных связей с общественностью (PR). В России, начиная с рубежа 1980-1990-х годов, public relations в системе государственного и муниципального управления прошли три этапа институционализации. Результаты проведенного авторами исследования позволили сделать следующие выводы: ныне окончательно оформились четкие границы PR-деятельности в государственных структурах, пополнился профессиональными кадрами штатный состав, сложился комплекс функциональных обязанностей. Вместе с тем следует констатировать своеобразный ренессанс пропагандистских технологий в коммуникационной активности государства.

Ключевые слова: политические коммуникации, государственный PR, институционализация государственных связей с общественностью, пропаганда, информационная и коммуникационная деятельность органов власти.

The power, which has a communicative nature and acts as a means of special communication, implements these functions through government public relations (PR). In Russia, starting from the turn of the 1980s – 1990s, PR in the system of state and municipal government went through three stages of institutionalization. The results of the study, conducted by the authors, allowed to draw the following conclusions: nowadays, clear boundaries of PR-activities in government structures have been set, a staff has been formed with professionals, and a set of functional responsibilities has been developed. At the same time, a specific renaissance of propaganda technologies should be noted in a government communication activity.

Key words: political communications, government PR, institutionalization of government PR, propaganda, information and communication activity of public authorities.

Сущностную основу различий регуляции и управления в бизнесе и государственном секторе предельно ясно сформулировали американские политологи М. Милакович и Дж. Гордон в книге «Государственное управление в Америке»: если в частном секторе эффективность управления измеряется прибылью или ее отсутствием, то в государственном управлении – поддержкой граждан или

отсутствием таковой [1]. Как показывает политическая практика, прочность государственной власти во многом определяется ее способностью удерживать баланс общественных сил, способностью функционировать в режиме открытой системы. Власть, имеющая коммуникативную природу и выступающая как средство специальной коммуникации, реализует все свои функции с помощью политической коммуникации. Социальные отношения в обществе, в социуме также имеют коммуникативную природу. Достижение идентичности кодов власти и медийных кодов позволяет формировать конструктивно настроенное общественное мнение и с его использованием – положительный имидж власти.

Эту задачу сегодня в значительной степени призван выполнять государственный PR. Между тем генезис институционализации этих служб в России существенно отличается от того, как проходила эволюция PR-департаментов в органах государственной власти за рубежом.

Традиционно приоритет в их создании закреплен за США, при этом становление и развитие института публичных отношений в значительной степени стимулировалось причинами политического порядка. Установление специфических отношений между государством и монополиями, государственными учреждениями и общественными организациями, наконец, между самими этими институтами в их усилиях влиять на различные ветви государственной власти вызвали к жизни появление PR-структур, специально занимающихся координацией этих усилий, а также реализацией коммуникационных проектов, одной из задач которых было позиционирование положительного образа государственной власти.

Идея прагматической целесообразности информирования общественности стала фундаментальной доктриной public relations в западном обществе, в деятельности частных и государственных организаций.

В России, где эволюция политико-экономических преобразований началась на рубеже 1980-90-х годов, public relations в системе государственного и муниципального управления стали интенсивно развиваться, благодаря заложенным еще на последнем этапе существования СССР основам взаимоотношений системы власти и общества при помощи прессы. Так, наиболее активными структурами по реализации PR-проектов и информационных кампаний в этот период являлись Пресс-центр МИД СССР, государственные информационные агентства ТАСС и АПН, государственное телевидение и радио. Аналитическим обеспечением PR-активности госструктур наряду с Идеологическим отделом, Отделом пропаганды ЦК КПСС и другими ключевыми властными структурами, занимались профильные научные и научно-исследовательские институты, на базе которых впоследствии были сформированы некоторые ныне действующие частные PR-агентства и центры политического консультирования. Основными функциями пресс-центров и пресс-служб являлись организация информационно-издательской деятельности органов власти, информационное обеспечение государственных СМИ, аккредитация журналистов и работа с обращениями граждан. Тем самым в начальный период развития public relations на первое место в государственной сфере чаще всего

выходила реализация планов информационно-коммуникационных действий. При этом многие исследователи отмечают противоречивость и характерные для переходного периода элементы совмещения пропаганды и PR в информационной деятельности органов власти.

Значимым импульсом стала потребность новой властной формации в демонтаже прежних идеологических стереотипов. На этом этапе происходит значительное ослабление цензуры в СМИ, изучается и просто копируется зарубежный опыт PR.

Появление первых официально зарегистрированных политических партий (после отмены руководящей роли КПСС в марте 1990 г.), выход на рынок альтернативной партийной периодики и пропаганды, наряду с фракционным и идеологическим противоборством внутри российского парламента, разворачивающиеся баталии между политическими субъектами также оказали серьезное влияние на активизацию процессов в сфере идеологии и public relations. В результате произошла окончательная институционализация государственных PR-структур: оформились четкие границы их деятельности, пополнился профессиональными кадрами штатный состав, сложился комплекс функциональных обязанностей. Более того, модели PR-деятельности приобрели специфику в зависимости от уровней функционирования государственных структур – на федеральном, региональном и муниципальном существуют свои особенности коммуникационной деятельности.

Вместе с тем драматичные процессы, протекающие внутри страны и на международной арене (применение жестких методов в решении межгосударственных конфликтов, активизация бескомпромиссных дискурсивных медиапрактик при обсуждении важных проблем и т.д.), заставляют представителей власти прибегать к пропагандистским методам воздействия, особенно в случае принятия непопулярных политических решений. Это ведет к сужению диапазона использования PR-средств. Отметим: сегодня повсеместно наблюдается новый виток дискуссий о природе официальных политических коммуникаций и об их отношении к тому, что традиционно считалось пропагандой [2].

Результаты проведенного авторами статьи исследования коммуникативных процессов в госструктурах позволяют сделать следующий вывод: мы являемся свидетелями своеобразного ренессанса пропагандистских технологий в коммуникационной активности государства.

#### Литература

1. Milakovich M. E., Gordon G. J. Public Administration in America. Tenth Edition. Wadsworth Cengage Learning: Boston, 2009.
2. Taylor Ph. Strategic Communications or Democratic Propaganda // Journalism Studies. 2002. P. 437-452.

## **Роль современных массмедиа в публичных политических процессах** **The role of modern massmedia in public political processes**

*Северо-Западный институт управления РАНХиГС при Президенте Российской Федерации*  
*Department of Social Technologies, North-West Institute of Management, branch of RANEPA*

Опыт политической истории показывает, что СМИ обладают многими техническими и моральными возможностями, чтобы выполнять разные политические задачи: как информировать людей, так и дезинформировать. При этом нельзя смешивать использование прессы в избирательной кампании, и ее в ней участие. В первом случае пресса выступает преимущественно производителем информационных услуг, во втором – отдельным социально-политическим институтом. Причем обе названные роли прессы тесно взаимосвязаны и часто неразличимы: с одной стороны, применение прессы различными субъектами политической деятельности обычно влечет за собой вовлечение СМИ в активный политический процесс; с другой – вовлечение СМИ в политический процесс, в конечном итоге является следствием их применения теми или иными субъектами политического процесса.

Ключевые слова: массмедиа, социально-политический институт, массовая коммуникация, манипуляция, массовое сознание, избирательная кампания.

The experience of political history shows that mass media have many technical and moral capabilities to perform different political tasks: to inform as well as to misinform people. At the same time, we should not mix use of the press in election campaigns and its participation in these activities. In the first case, the press acts primarily as a producer of information service, in the second appears as a separate socio-political institution. Moreover, both of these press roles are closely interrelated and often indistinguishable: on one hand, the use of press by various political actors usually entails involving the media in active political processes; on the other hand, the involvement of mass media in political processes is ultimately a consequence of its application by various actors of the political processes.

Key words: mass media, socio-political institution, mass communication, manipulation, mass consciousness, election campaign.

В современный период развития общества успешное решение политических, экономических и социальных задач все больше зависит от действия такого субъективного фактора, как социальная активность личности. Важную роль в формировании активности играют средства массовой информации [1. с.36].

СМИ всегда соответствуют обществу, в котором они существуют, а любое общество представляет собой арену столкновения и одновременно взаимодействия множества интересов, как противоречащих друг другу и конфликтующих, так и согласованных между собой, при этом конфликт и консенсус составляют две важнейшие характеристики любой социальной системы. СМИ, как часть этого общества, также выражают разные интересы [2. с.44].

Информация имеет двойственную природу. С одной стороны, она близка к материальным средствам, поскольку информацию можно купить, продать, а также записать, получить, стереть, передать. В противовес этому, с другой стороны, при продаже информации ее количество у продавца не убывает, а у покупателя увеличивается, то есть информацию можно копировать бесконечное количество раз, к тому же получатель информации оценивает ее в зависимости от того, для какой

задачи она будет использована, следовательно, информация обладает свойством относительности. Одна и та же информация для одного получателя обладает ценностью, а для другого может быть бесполезной [3. с.94].

С современных позиций теории журналистики деятельность СМИ определяется системным взаимодействием индивидуального характера журналистского творчества и массового характера коммуникации, посредством которой журналист доносит свое творчество до аудитории [4. с.18]. Профессиональная деятельность журналистов предполагает постоянное общение на разных уровнях: внутриличностное, межличностное, на уровне больших и малых социальных групп. В этой системе массовой коммуникации присутствуют три составных части – аудитория, или, говоря шире, общество в целом; журналист не только в качестве автора, но и в роли социального коммуникатора; и сам текст как выразитель мнения коммуникатора и аудитории. Журналист при такой трактовке выступает воздействующим субъектом, который через текст воздействует на состояние общества. С другой стороны, массовая коммуникация является двусторонней, аудитория имеет возможности влиять на журналиста, и в таком случае массовая коммуникация представляется как полилог, функционирующий на основе обратной связи и имеющий свойство саморегуляции [5. с.199].

В идеальной ситуации журналист объединяет в своем творчестве и специфику массовой коммуникации, и специфику индивидуального творчества. Это реализуется возможностью обращаться к конкретному человеку и к аудитории не как к объекту воздействия, а как к субъекту. В таком случае возникают субъект-субъектные отношения, которые составляют основу совместного творчества, которое В.И. Кузин называет социокультурным творчеством [6. с.66].

В тоже время при помощи СМИ политическая или экономическая власть (что иногда неразличимо) стремятся не выпускать население из-под контроля, и воздействовать на мысли и чувства аудитории в выгодном для себя направлении. Подобное воздействие, в отличие от насилия или принуждения, называется манипуляцией. Про манипуляции в управлении общественным сознанием в настоящее время написано множество литературы, наиболее популярные трактовки среди русскоязычных работ принадлежат Г.Г. Почепцову, Г.В. Грачеву, И.К. Мельник и С.Г. Кара-Мурзе. Существует и масса других теоретических разработок по технологии манипулирования массами. Большинство из этих работ близки по тематике.

В системе современных СМИ имеются различные типы изданий, среди них с некоторой условностью можно выделить политизированные СМИ и неполитизированные [7. с.74].

Проанализируем более подробно политизированные СМИ. Такие средства массовой информации необходимы для эффективной работы любой политической системы в современном мире и представляют собой ее составную часть – информационно-коммуникативную подсистему. СМИ, как государственные, так и частные, печатные и электронные играют ведущую роль в формировании

общественного мнения. Политическая роль масс-медиа существенно усиливается в сложный период подготовки и проведения выборов каких-либо органов власти, причем, чем выше уровень выбираемого органа власти, тем большее значение имеют СМИ. Журналисты традиционно участвуют в проведении выборов, прежде всего, в предвыборной агитации, а также в осмыслении результатов выборов, в анализе прошедшей избирательной кампании после ее завершения.

Это очень специфическая область деятельности СМИ, где они реализуют параллельно несколько функций: 1) функцию информирования избирателей; 2) функцию предвыборной агитации; 3) функцию инструмента гражданского контроля.

Опыт политической истории показывает, что СМИ обладают многими техническими и моральными возможностями, чтобы выполнять разные политические задачи: как информировать людей, так и дезинформировать. При этом нельзя смешивать использование прессы в избирательной кампании, и ее в ней участие. В первом случае пресса выступает преимущественно производителем информационных услуг, во втором – отдельным социально-политическим институтом. Причем обе названные роли прессы тесно взаимосвязаны и часто неразличимы: с одной стороны, применение прессы различными субъектами политической деятельности обычно влечет за собой вовлечение СМИ в активный политический процесс; с другой – вовлечение СМИ в политический процесс, в конечном итоге все равно является следствием их применения теми или иными субъектами политического процесса.

Также крайне велик и потенциал средств массовой информации в деле социально-политических манипуляций и влияния на массовое сознание путем создания у широких народных масс необходимых для манипуляторов мнений о различных событиях, политических силах, идеях [8. с.294].

Говоря более конкретно о материалах, которые публикуют средства массовой информации в период избирательных кампаний, их можно классифицировать на два типа.

1. Прямое информирование избирателей. Это встречи, выступления, дебаты кандидатов, интервью, пресс-конференции. К этому типу информации можно также отнести публикации, в которых журналисты освещают жизнь и деятельность кандидатов, создают положительный имидж кандидатов. В качестве информационных поводов для доступа к СМИ кандидаты используют различные праздники, события, исторические даты.

2. Скрытое информирование избирателей. Этот тип публикаций включает в себя так называемую "скрытую рекламу" каких-либо политических сил или кандидатов. Таким путем кандидаты и партии также имеют возможность, не называя себя прямо, продвигать свои программы, предлагать пути решения проблем или критиковать соперников. Такие материалы создают вид непредвзятости, однако выполняют вполне конкретную задачу – привлечение избирателей на свою сторону [9. с.187].

Особая роль в политической борьбе отводится телевидению. Влияние телевидения на сознание широких народных масс вызвано так называемым эффектом

присутствия. Все, что телезрители наблюдают на экранах телевизоров, воспринимается ими почти как увиденное в настоящей жизни, они кажутся себе не просто наблюдателями, а участником показанных на голубых экранах действий. Использование в его работе новейших высокоэффективных средств, методов и технологий воздействия на сознание и подсознания позволяет искусственно создавать общественное мнение, формировать политические симпатии и антипатии, манипулировать телезрителем.

Как заметил в своем интервью главный редактор российских телевизионных «Вестей» А. Абакумов, «в новостях влияние на аудиторию делается очень тонко. Комментировать можно версткой, подбором фактов. И еще мы должны адекватно общаться с аудиторией. Ведь далеко не каждый читал Кафку. Но со всеми нужно найти общий язык» («Версия», 1998., №10).

Просмотр телевидения для современного человека стало неотъемлемой частью повседневной жизни. Абсолютное большинство жителей России (более 90% взрослого населения) смотрит телевизор хотя бы раз в неделю, большая часть из них (около 70% по данным разных опросов населения) делает это каждый день. Не смотрят телевизор, согласно опросам Фонда «Общественное мнение», всего 5% россиян. Даже для молодежи, про которую бытует мнение, что она не смотрит телевизор, характерна высокая степень привязанности к телевидению.

**Среднесуточная продолжительность просмотра телепередач  
Аудитория «Все 4+»**

Год	Среднесуточная продолжительность телепросмотра, ч:мин	
	среди населения	среди телезрителей (в среднесуточной телеаудитории)
2013	3:59	5:30
2014	4:04	5:39
2015	4:06	5:49
2016	4:08	5:53

*Источник: Mediascope/TNS*

**Как часто в течение недели вы смотрите телевизионные программы  
(неважно, через какие устройства и какой канал)? (в % от группы)**

Вариант ответа	Население в целом	18–30 лет	31 год –45 лет	46–60 лет	Старше 60 лет
Практически каждый день	67	43	63	79	89
3–5 дней в неделю	12	15	12	11	8
1–2 дня в неделю	11	21	13	6	2
Реже, чем раз в неделю	3	8	4	1	<1
Я не смотрю телевизионные программы	5	11	7	2	1
У меня нет телевизора	1	2	1	0	<1

*Источник: «ФОМнибус», январь 2017 года*

Фактором влияния телевидения вызван и процесс персонификации политики. Телевидение усиливает влияние тех особенностей, способностей, элементов внешности кандидата, которые вызывают положительное отношение потенциального избирателя, и одновременно снижает для потенциального избирателя фактор его предвыборной программы и партийной принадлежности. Телевидение имеет отличный потенциал для формирования имиджа.

Как показывает практика, большой агитационный и мобилизационный эффект оказывают на аудиторию и социальные сети. Во время предвыборной борьбы возникает ситуация публичной дискуссии разных политических сил.

В такой конфигурации каждое СМИ, участвующее в предвыборной борьбе, фактически имеет дело не только с аудиторией, но и с оппонентом, со своим политическим противником, мнение которого выражается через другие СМИ. Воздействие на аудиторию в таких публичных дискуссиях имеет своей целью добиться выигрыша этой дискуссии, то есть привлечения аудитории (избирателей) на свою сторону, и соответственно убеждение этой аудитории в своей правоте и неправоте оппонента. При этом не имеет большого значения, кто прав на самом деле, важно только публично посрамить оппонента и убедить публику.

А. М. Зимичев представляет публичную дискуссию как систему из трех элементов – я, оппонент и аудитория [10. с.156]. В этом треугольнике возникает естественно три линии воздействия между всеми тремя участниками. Я (мои СМИ) должен воздействовать на оппонента и аудиторию, при этом мешать оппоненту (его СМИ) воздействовать на аудиторию и на меня.

Моделируя схему борьбы в публичной дискуссии для решения двух задач необходимо: убедить аудиторию в своей точке зрения, и одновременно показать, что точка зрения противника неверна. Первая задача решается путем обоснования своих положений и отражения нападений противника, вторая задача решается путем нападения на положения противника и нападения на самого противника. На такие четыре элемента автор и раскладывает информационную борьбу.

1. Обоснование своих положений
2. Отражение нападений противника
3. Опровержение положений противника
4. Нападение на противника

Существует и ряд других приемов борьбы в политической дискуссии. Главная мысль состоит в том, что, во-первых, в политической дискуссии не рождается истина, не в этом ее цель. Основная задача состоит в том, чтобы убедить аудиторию в собственной правоте. И, во-вторых, в политической дискуссии требуется не переубедить оппонента, это все равно невозможно, а требуется, опять-таки, сагитировать только аудиторию. Выбор способов для этого ограничен только моральными принципами политического деятеля и используемого им СМИ, а также уровнем интеллекта, идеологией, моральными принципами аудитории, на которую необходимо воздействовать.

Каждый из нас на практике подвергается воздействию различных средств массовой информации. Именно знание того, как сообщается то, что нам сообщается (как событие становится новостью, как информационный поток перерастает в образ реальности) поможет преодолеть кризис в СМИ, который лишает аудиторию необходимой информации о реальности, искажает картину современного мира с его проблемами.

Стоит отметить, что путь манипуляции сознанием – не лучший путь к духовному оздоровлению нации, чреватый еще большей дифференциацией общества и лишением огромного числа людей возможности сознательного волеизъявления и отношения к будущему. Тем не менее, современные цифровые технологии во многом повлияли на общую культуру, ускорили процессы глобализации и изменили представления о реальности. Те информационные технологии, которые сегодня используют журналисты, существенно изменили технологию их работы, соответственно внесли коррективы и в традиционную журналистику.

Одним из следствий процесса развития информационных технологий стала коммерциализация СМИ, и одновременно – сосредоточение СМИ в собственности немногих информационных концернов. Однако, с другой стороны, технический прогресс дал возможность заниматься информационной деятельностью и множеству частных лиц, независимо от профессиональных информационных сообществ и организаций. Технической базой такой частной и широкой информационной деятельности стал интернет.

Подводя итог, стоит отметить: информационная политика СМИ, как в России, так и в других странах мира строится на сходных принципах. С одной стороны, СМИ призваны быть честными и объективными информаторами и аналитиками на службе обществу; с другой стороны – они оказывают информационную поддержку определенным финансовым и политическим силам; с третьей – большинство СМИ все же коммерческие предприятия, которые должны приносить прибыль. В тоже время, резко изменившееся содержание современных СМИ требует новых форм подачи информации. С помощью придуманных фактов и искусственно созданных образов, можно манипулировать сознанием аудитории, воздействовать на ее вкусы и пристрастия, и даже влиять на изменения формы правления государствами. Однако обвинять в тенденциозности «четвертую власть» крайне сложно, поскольку в таких случаях она применяет ряд отработанных приемов, которые не попадают ни под какие нормы деятельности СМИ, но при этом весьма действенны.

Литература:

1. Кашук А. А. Суггестивные свойства телевидения : дисс. канд. искусствоведения [Электронный ресурс] / А. А. Кашук – URL: <http://dlib.rsl.ru/rsl0100300000/rsl01003310000/rsl01003310682/rsl01003310682.pdf> . (дата обращения: 12.09.2018).
2. Ким М.Н. Технология создания журналистского произведения. - СПб. 2011. – 345с.
3. Кирсанов А. П. Современные информационные технологии. – М.: Наука, 2007. – 329с.
4. Корконосенко С. Г. Основы теории журналистики. – М.: Аванта плюс. 2005. – 376с.
5. Тертычный А. А. Аналитическая журналистика: познавательно-психологический подход. - М.: Гендальф, 2008. – 255с.

6. Кузин В. И. Психологическая культура журналиста. – СПб.: СПбГУ. 2004. – 205с.
7. Евдокимов В. А. Роль средств массовой информации в политизации социального конфликта. Дисс. д-ра полит. н. – Екатеринбург. 2007.
8. Лызлов В. Е. Методика предвыборной работы с кандидатами на выборные должности в России. - М. 2008. - 394с.
9. Политический менеджмент: электоральный процесс и технологии / Под ред. Л. В. Сморгунова. - СПб.: Изд-во С.-Петербург. ун-та. 2009. – 376с.
10. Зимичев А. М. Психология политической борьбы. - СПб.: Санта. 2013. - 340с.

УДК 321.7:329.8, ББК 66.2

Л.И. Евсева  
Lidiya Evseeva  
l.evseeva@mail.ru

### **Информационные технологии в модернизации отношений «власть-общество» Information technology in the modernization of relations "power-society"**

*Санкт-Петербургский Политехнический Университет Петра Великого  
St. Petersburg Polytechnic University of Peter the Great*

Актуализируется влияние информационных технологий на модернизацию политических отношений. Анализируются возможные каналы взаимодействий акторов политической системы и гражданского общества.

Ключевые слова: информационные технологии, политическая коммуникация, личность, гражданский активизм, коммуникации.

Actualizes the impact of information technology on the modernization of political relations. The possible channels of interaction between actors of the political system and civil society are analyzed.

Keywords: information technology, political communication, personality, civic activism, communication.

Глобализация мировых коммуникаций привела к резкому повышению значимости информации и знаний. «Цифровые коммуникации пронизывают все сферы жизнедеятельности социума, порождая качественно новые типы коммуникативных структур, инструментов, технологий и процессов» [1, С. 145], в том числе и на процесс взаимодействия власти, гражданского общества и личности. Можно констатировать увеличение роли и способов сетевых технологий, участвующих в формировании общественного пространства (Кастельс М.), открывающего возможности для развития политической коммуникации [2] и преодоления личностной изоляции. Следует отметить расширение инструментов взаимодействий власти и общества в связи с научно-техническим прогрессом [3]. Благодаря возможности повсеместного сетевого подключения, осуществление политических коммуникаций стало доступнее. Факторы коммуникативной среды и связанные с ней взаимодействия определяют прагматику ситуации, в которой активизируется система жизненных смыслов и действий человека [4, С. 22].

Использование Интернет-коммуникаций в политике предоставляет широкие возможности акторам и является важным элементом демократизации политических и гражданских, общественных институтов. Важную роль может играть политическая реклама [5]. Влияние на личностную гражданскую и политическую позицию тесно связано с переплетением сознательно воспринимаемой информации, неосознанных

побуждений, стихийно действующих факторов (в виде индивидуального жизненного опыта, условий существования, культурного и социального окружения). «Коммуникативные отношения влияют на эффективность деятельности...» [6, С. 37]. Применение новых информационно-коммуникативных технологий и технических возможностей в осуществлении субъектами социально-политического процесса открывают новые горизонты для реализации двусторонней политической коммуникации между государством, населением и гражданским обществом и увеличивают диапазон возможностей прогрессивных групп [7, С. 405]. В этих условиях, ряд ученых проявляют интерес к исследованию эффективной власти [8]. Коммуникации, способствуя изменению взаимоотношений между гражданами и властью и усилению «демонстрационного эффекта», подталкивают людей к формам деятельности, не укладывающимся в правила национальной политической системы. Наблюдается колебания параметров гражданского активизма [9, 10].

Таким образом, приобщение к новым информационным технологиям, с одной стороны, будет способствовать взаимопроникновению культур, а с другой - открывает для каждого сообщества и личности новые возможности самоидентификации. В этой связи актуальным становится исследование коммуникативных практик в широком диапазоне социальных взаимодействий [11, 12].

#### Литература

1. Башкарев А.А., Евсеев В.В. Сетевые технологии и их влияние на параметры жизнедеятельности человека и общественной среды // ЧЕТВЕРТАЯ ПРОМЫШЛЕННАЯ РЕВОЛЮЦИЯ: РЕАЛИИ И СОВРЕМЕННЫЕ ВЫЗОВЫ. X ЮБИЛЕЙНЫЕ САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЕ СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ ЧТЕНИЯ сборник материалов Международной научной конференции. СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2018. С. 144-147.
2. Тараканова Т.С. Особенности информационно-коммуникационных технологий в концепции делиберативной демократии // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Гуманитарные и общественные науки. 2012. Т. 1. № 143. С. 28-33.
3. Попов Д.Г., Фокина В.В. Влияние научно-технического прогресса на трансформацию ресурсов власти и общества // Управленческое консультирование. 2018. № 3 (111). С. 103-113.
4. Шипунова О.Д. Коммуникативные среды и ментальный опыт в моделировании будущего // Коммуникативные стратегии информационного общества Труды IX Международной научно-теоретической конференции. СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2017. С. 20-24.
5. Быльева Д.С. Роль политической рекламы в современном обществе // Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена. 2008. № 70-1. С. 104-110.
6. Волкова Л.М., Голубев А.А., Евсеев В.В. Коммуникации, безопасность в гражданской авиации // Технологии PR и рекламы в современном обществе Материалы XII научно-практической конференции с международным участием. СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2017. С. 36-38.
7. Политология: учебник для бакалавров / под ред. И.Е. Тимерманис. Москва: Издательство Юрайт, 2016. Сер. 58 Бакалавр. Академический курс (1-е изд.) 701 с. ISBN: 978-5-9916-2397-1.
8. Попов Д.Г. Информационно-коммуникационная функция эффективной власти в современных концептах демократии // Управленческое консультирование. 2014. № 7 (67). С. 40-47.
9. Танова А.Г. Современные информационные технологии как средство мобилизации политической активности // Коммуникативные среды информационного общества: Тренды

- и традиции Труды Международной научно-теоретической конференции / Ответственный за выпуск О.Д. Шипунова. СПб: Изд-во Политехн. ун-та, 2016. С. 185-187.
10. Бунеева А.М., Мурейко Л.В., Шипунова О.Д. Ресурсы манипулирования в политической технологии: неявное знание и массовое сознание // Вестник РГГУ. Серия: Политология. История. Международные отношения. Зарубежное регионоведение. Востоковедение. 2010. № 1 (44). С. 171-179.
  11. Философия коммуникации. Теоретико-методологические аспекты / монография / Под ред. д-ра филос. наук, проф. С. В. Клягина, д-ра филос. наук, проф. О. Д. Шипуновой. – СПб. : Изд-во Политехн. ун-та, 2017. – 272 с.
  12. Философия коммуникации. Проблемы и перспективы / монография / Под ред. д-ра филос. наук, проф. С. В. Клягина, д-ра филос. наук, проф. О. Д. Шипуновой. – СПб. : Изд-во Политехн. ун-та, 2013. – 260 с.

УДК 659, ББК 76.0

Л.В. Минаева  
Liudmila Minaeva  
lvm@fmp.msu.ru

## **Государственная коммуникация в цифровой среде Government Communication in Digital Environment**

*Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова  
Lomonosov Moscow State University*

В статье рассматривается коммуникативная стратегия и тактики ее реализации, которые используются государственными связями с общественностью в цифровой среде.

Ключевые слова: государственная коммуникация, цифровые технологии, коммуникационная стратегия, коммуникационные тактики.

The article dwells on the strategy and tactics of communication used by Government Public Relations in digital environment.

Key words: government communication, digital technologies, communication strategy, communication tactics.

За последние два десятилетия благодаря развитию и распространению цифровых технологий процесс обмена информацией заметно изменился. Высокая скорость передачи больших объемов информации, разнообразие форм ее подачи, активизация участников коммуникативного акта изменили сам подход к коммуникации со стороны профессионалов в области связей с общественностью. Не только бизнесу, который всегда уделял большое внимание информационным контактам с клиентами, но и госструктурам, занимавшим ранее довольно пассивную позицию в общении с гражданами, пришлось пересматривать коммуникативную политику и расширять арсенал коммуникативных инструментов и технологий.

При демократическом строе в основе государственной коммуникации вообще и в цифровой среде, в частности, лежит стратегия гармонизации отношений органов власти и общества, которая реализуется в тактике самопрезентации, тактики создания позитивного образа проводимой политики, тактики демонстрации единства власти и граждан, тактики стимулирования взаимодействия государства и граждан, тактики эмоционального воздействия [1].

Что касается тактики самопрезентации, то ключевой технологией в цифровой среде стал сайт, который призван информировать население о деятельности органа государственной власти. В настоящее время все органы федеральной, региональной и местной власти имеют типовые сайты. Контент создается специальными

сотрудниками, которые поддерживают сайт, обновляют информацию, а при необходимости, меняют его дизайн. Граждане являются простыми читателями, потребителями информации. Обратная связь с населением реализуется через электронную почту.

Выбор тактики зависит от целевой аудитории. Так, при продвижении имиджа города среди туристов используется тактика эмоционального воздействия, а среди потенциальных инвесторов – тактика создания позитивного образа проводимой политики. Ярким примером тактики самопрезентации и тактики стимулирования взаимодействия государства и граждан может служить портал Московского правительства «Активный гражданин». В апреле 2014 года Мэр Москвы Сергей Собянин предложил пользователям портала госуслуг Москвы и сайта «Наш город» принять личное участие в развитии города. 250 тысяч москвичей выразили готовность участвовать в управлении городом. Был создан сайт (ag.mos.ru) и мобильное приложение проекта для проведения референдумов среди граждан. Каждую неделю правительство Москвы выносит на обсуждение пользователей важные для развития города вопросы. Таким образом, москвичи могут влиять на принимаемые решения.

Важно подчеркнуть, что участие в он-лайн акциях поддерживается офф-лайн путем начисления активным пользователям баллов, которые можно обменять на городские услуги: велопрокат, парковочные часы, театры, музеи или сувенирную продукцию и т.д. Эффективная обратная связь была налажена при помощи социальных сетей: Facebook, Vkontakte, Instagram, Twitter. Пользователи оставляют на официальных страницах проекта и в социальных сетях свои вопросы и комментарии.

Не только государственные структуры, но и отдельные чиновники имеют свои сайты или аккаунты в социальных сетях [2], в которых реализуется тактика самопрезентации и тактика эмоционального воздействия. Использование этих Интернет-ресурсов имеет большую ценность, поскольку позволяет наладить диалог государственных служащих с гражданами и таким образом информировать общество о политических решениях. Но, что важнее, такой прямой контакт более эмоционален и носит личностный характер, чего невозможно добиться в условиях официального общения в кабинете чиновника. В блогах можно писать и о политических решениях, и о личных впечатлениях, увлечениях, путешествиях и т.д. Таким образом, автор раскрывается не только как чиновник, но и как обычный человек со своими интересами и заботами. Власть приобретает человеческое лицо.

Итак, стратегия гармонизации отношений между государственной властью и гражданами реализуется через разнообразные тактики.

Литература:

1. Минаева Л.В. Стратегия гармонизации в административно-политическом дискурсе // Иностранная филология. Социальная и национальная вариативность языка и литературы: Материалы III Международного научного конгресса. Симферополь. - 2018. - С. 28-33.
2. Щекина И.А.. Блоги губернаторов: коммуникативные возможности и имиджевые риски // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. - 2015. - №3. - С. 174-177.

**Партнерство государства и гражданского общества как механизм реализации коммуникативного подхода к власти**  
**A partnership of state institutions and civil society as implementing of the communicative approach to power**

*Санкт-Петербургский Политехнический университет Петра Великого*  
*Peter the Great St. Petersburg State Polytechnic University*

В статье рассматриваются механизмы межсекторного партнерства государства и гражданского общества, направленные на установление эффективной двусторонней коммуникации. Наряду с традиционными формами взаимодействия, отмечается актуальность применения инструментов новых медиа с целью интеграции широких слоев населения в гражданско-политическую повестку. Автор отмечает возрастающую роль некоммерческих организаций и указывает на ряд негативных факторов, препятствующих работе НКО в современном публичном пространстве.

Ключевые слова: власть, гражданское общество, межсекторное партнерство, коммуникативный подход, некоммерческие организации.

The article discusses the mechanisms of the intersectoral partnership between the state and civil society, which are aimed at establishing effective two-way symmetric communication. Along with the traditional forms of interaction, the relevance of the use of tools of new media with the aim of effectively integrating the general population into the civil-political agenda is noted. The author notes the increasing role of non-profit organizations and points to a number of negative factors hindering the work of NPOs in the modern public space.

Keywords: power, civil society, intersectoral partnership, communicative approach, non-profit organizations.

В середине XX века широкое распространение получает так называемый коммуникативный подход к власти, родоначальником которого принято считать немецко-американского философа Х. Арендт. По ее мнению, власть – это не собственность или свойство отдельного субъекта, а многостороннее институциональное общение, в основе которого лежит не насилие, а взаимовлияние и взаимозависимость людей [1]. Результатом применения данного подхода должно являться не только формирование качественного общественного мнения, но и развитие представительских институтов, которые могут быть использованы как «площадки гласности» (дискуссионные клубы, дебаты, общественные слушания и т.п.). Предметом данного взаимодействия должны становиться вопросы, связанные с эффективностью управления государством и регулированием гражданского общества.

Гражданское общество, в свою очередь, является одним из главных элементов прогрессивного развития государства. В условиях становления гражданского общества у различных групп населения появляются возможности реализации своих интересов, участия в публичной политике, влияния на общую ситуацию в государстве. К гражданскому обществу относятся, в числе прочего, широкий круг некоммерческих организаций (НКО), огражденных от прямого вмешательства государственных структур в их деятельность: волонтерские, добровольческие, экологические, спортивные, культурно-просветительские, правозащитные и многие другие.

На сегодняшний день проблема соотношения институтов власти и гражданского общества, способов их взаимодействия и регулирования является дискуссионной. Рассмотрим возможные механизмы межсекторного взаимодействия как инструменты реализации коммуникативного подхода к власти и повышения ее легитимности.

Партнерство государства и гражданского общества традиционно реализуется в следующих формах:

1. Создание экспертных советов и общественных палат.
2. Работа с письменными и устными обращениями граждан.
3. Создание общественной приемной при органе власти.
4. Целевая поддержка общественных организаций и объединений.
5. Информационное сопровождение гражданских инициатив и др.

Говоря о современных реалиях, можно уверенно заметить, что органы власти испытывают очевидную потребность в новых формах и методах взаимодействия с обществом. Манипулятивные технологии перестают оказывать должный эффект, по ниспадающей идет траектория легитимации власти. Положение экономической и политической нестабильности, где переходное состояние российского общества проявляется в высокой степени социальной конфликтности, отчужденности граждан от власти, отсутствии поддержки обществом государственных решений и, в конечном счете, в неэффективности всей системы исполнительной власти, актуализирует настоящую проблему [2].

Ввиду активного развития информационного общества необходимо отметить важность применения инструментов новых медиа для вовлечения в механизмы взаимодействия власти и гражданского общества широких слоев населения, налаживая открытого, двустороннего взаимодействия в режиме поддержания симметричной коммуникации.

С распространением широкополостного и мобильного Интернета открываются глобальные возможности для постепенного перехода к культуре гражданского участия, когда каждый из субъектов лишен монополии на создание контента, что создает атмосферу гласности и публичности, открытого обмена мнениями по актуальным вопросам. Технологии, обеспечивающие бесперебойную работу электронного правительства, включающего принципы ориентации на пользователей, прозрачности и системности, помогают реализовывать принципы электронной демократии.

Однако, открытым остается вопрос, увеличивают ли новые медиа реальную, а не виртуальную вовлеченность общества в социально-политическую повестку (участие в выборах всех уровней, митингах, волонтерских движениях, в деятельности организаций некоммерческого сектора и др.), готовы ли политические акторы использовать новые возможности для налаживания прямого, открытого диалога с населением, создавая, тем самым, эффективный инструмент взаимодействия и поддержания легитимности.

Перечень данных инструментов представляется нам весьма широким: проведение он-лайн дебатов, организация открытых приемных для муниципальных и

региональных органов власти, распространение информационных и агитационных материалов, создание целевых информационных порталов – всего, что может способствовать мобилизации групп населения, мотивации к действию в интересах государства и общества, привлечения к прямому диалогу. Иначе говоря, эффективное использование Интернет-технологий может способствовать интеграции гражданского и политического дискурса в повседневную жизнь общества, включению широких слоев населения в общественную и социальную деятельность.

Тем не менее, необходимо понимать, что Интернет привносит элемент участия, но не является участием как таковым. Он-лайн активность и цифровая демократия – недостаточные факторы для преломления ситуации гражданского и политического отчуждения, потери идентификации, аномии сознания общества. Вызывает опасение и растущее наступление государства на сетевую приватность граждан (пакет законов депутата Госдумы Ирины Яровой и сенатора Виктора Озерова), создание новой доктрины национальной безопасности в информационной сфере, позволяющей сотрудникам силовых структур направлять жалобы на пользователей за распространение экстремистского контента. Все это создает реальную угрозу санкций со стороны государственных структур и, соответственно, ставит под сомнение активное развитие данной сферы функционирования гражданского общества.

Весьма важными в данном аспекте остаются вопросы повышения роли общественных объединений как индикаторов демократизации власти. Аккумулируя гражданские инициативы, общественные объединения призваны концентрировать интеллектуальный потенциал в целях реализации социально-значимых проектов. Однако механизм тесного взаимодействия региональных органов власти с общественными объединениями применяется редко и не всегда затрагивает проблемы широких слоев населения.

Реализация программ межсекторного социального партнерства как на федеральном, так и на региональном уровне способна обеспечить устойчивое, инновационное развитие институтов, находящихся на стыке интересов государства и общества, расширение их общей ресурсной базы за счет доступа к человеческим, техническим, информационным и другим ресурсам. При этом вклад каждого сектора обуславливает синергетический эффект, когда совместные действия оказываются более значимыми, чем вклад каждого сектора в отдельности.

Первоочередными задачами социального партнерства является создание прозрачных механизмов взаимодействия общества с властью, реализация приоритетных национальных проектов, взаимодействие в законотворческом процессе, оказание государственной поддержки в виде госзаказа и привлечение общества к реализации федеральных и региональных целевых программ, а также мониторинг и анализ практик социального партнерства в целях выработки новых механизмов сотрудничества.

Многие НКО разработали и применяют инновационные и довольно эффективные, а в ряде случаев – и уникальные социальные технологии предоставления услуг различным группам населения. Представители ряда органов

исполнительной власти федерального и регионального уровней, оценив положительный потенциал сотрудничества с конструктивными деловыми и гражданскими инициативами, стали переходить от консультаций и обсуждений к взаимодействию с ними в решении сложных социальных проблем с делегированием ответственности общественным объединениям и НКО. А гражданские организации стали не только расширять зоны своей деятельности, вовлекая серьезные добровольческие ресурсы, но и включаться в управленческую сферу (от анализа законопроектов, оценки реформенных предложений до разработки и участия в реализации партнерских проектов и программ) [3, с. 35].

Таким образом, государство активно использует НКО как поставщика социальных услуг населению. Федеральное законодательство закрепило возможность проведения государством закупок социальных услуг (социально-бытовых, социально-медицинских, социально-педагогических и проч.) у негосударственных поставщиков – НКО, коммерческих организаций и индивидуальных предпринимателей, а также инструменты компенсации расходов поставщиков на оказание услуг [4]. Возможность третьего сектора продавать социальные услуги государству является важной статьей доходов, обеспечивающей их стабильное, поступательное развитие.

В целом, источники средств для организаций третьего сектора можно разделить на две большие группы: внешние (гранты и субсидии государственных институтов, федеральных и региональных фондов, пожертвования со стороны бизнеса и частных лиц) и внутренние (активное предпринимательство, оптимизация расходов и внутренний фандрайзинг). Немаловажным фактором поддержки третьего сектора является выступление государственных структур в качестве доноров в цикле фандрайзинга (от англ. fundraising – сбор средств). Финансирование в данном случае обуславливается такими факторами, как очевидная польза и социальная значимость проекта, большое количество благополучателей, высокий уровень надежности и прозрачности НКО.

Важно отметить, что фандрайзинг подразумевает разнообразные формы ресурсной поддержки: финансовую, материальную, информационную, имущественную, консультирующую и проч. Региональные программы грантов и субсидий предполагают участие в реализации некоммерческих проектов профильных исполнительных органов власти, федеральные – крупных фондов, таких как, например, Фонд президентских грантов, Фонд поддержки детей и др. Так, например, в 2018 г. Фонд президентских грантов в рамках региональных конкурсов распределит между некоммерческими организациями России около 7,5 млрд рублей [5]. Для сравнения, в 2012 г. сумма составляла 2 млрд 698 млн руб., а в 2015 г. грантовая поддержка НКО в составила почти 6 млрд руб. [6].

Несмотря на значительное количество положительных характеристик партнерского взаимодействия, существует ряд возможных преград на пути к партнерству, среди которых можно выделить: неблагоприятное общественное мнение относительно партнерских программ, отрицательные (реальные и мнимые)

характеристики каждого сектора, ограниченные организационные возможности, а также прочие внешние сдерживающие факторы (социально-экономические условия, отсутствие доступа к ресурсам, частые изменения регионального и федерального законодательства).

Среди дестабилизирующих факторов стоит также отметить изменение курса государства на усиление контроля за деятельностью НКО (закон «об иностранных агентах»), финансируемых из зарубежных источников и осуществляющих политическую деятельность. Постепенно формируется механизм дифференциации третьего сектора по степени лояльности к власти, что влечет за собой их зависимость от государственных институтов в части ресурсной поддержки и противоречит главному функциональному назначению. Еще одним фактором является снижение количества ресурсных центров, осуществляющих организационную и методическую поддержку. Как справедливо отмечают исследователи А.А. Фролов и А.В. Палагичева, ресурсные центры НКО, способные взять на себя роль посредников и трансляторов интересов сектора, с одной стороны, адаптации интересов государства – с другой, выступают оптимальной моделью управления гражданской активностью [7, с. 151].

Таким образом, несмотря на налаживание сотрудничества, остается ряд нерешенных вопросов, которые актуализируют проблемы создания качественно новых связей между властью и обществом, установления равноправных партнерских отношений. Взаимодействие власти и гражданского общества должно быть направлено на поиск конструктивных и эффективных инструментов двусторонней коммуникации, когда власть не ставит гражданские структуры под свой контроль, а видит в них равноправного партнера.

Литература:

1. Арентд Х. *Vitaactiva*, или деятельной жизни / Пер. нем. англ. В. В. Бибикина; Под ред. д. М. Носова. – СПб.: Алетейя, 2000 г. – 437 с.
2. Богомолова Е. С. PR-коммуникация как форма и метод управления общественными отношениями в современных реалиях. Теоретическое обоснование сущности коммуникативных теорий власти и PR в прагматическом аспекте // *Социодинамика*. – 2016. – №. 12. – С. 47-53.
3. Никовская Л. И., Молокова М. А. Роль межсекторного партнерства в реализации потенциала социального государства в России // *Власть*. – 2017. – №. 11. – С. 31-37.
4. Федеральный закон «Об основах социального обслуживания граждан в Российской Федерации» от 28.12.2013 № 442-ФЗ (в ред. от 21.07.2014). – ст.3 / Справочно-правовая система «Консультант-Плюс». – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_166044/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_166044/) (дата обращения: 29.09.18).
5. Фонд президентских грантов до конца года распределит между НКО около 4,5 млрд рублей [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://tass.ru/politika/5427101> (дата обращения: 29.09.2018);
6. Некоммерческие организации в России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://tass.ru/info/671635> (дата обращения: 29.09.2018);
7. Фролов А. А., Палагичева А. В. Роль государства в управлении гражданской активностью (по результатам исследования, проведенного в Ярославской области) // *Социальные и гуманитарные знания*. – 2017. – Т. 3. – №. 2. – С. 149-154.

**Применение инструментов public relations в социальной сфере: сущность и особенности**  
**Specifics of PR-technologies in the social sphere: the main aspects**

*Санкт-Петербургский Политехнический университет Петра Великого  
Peter the Grete St. Petersburg State Polytechnic University*

Статья посвящена специфике применения инструментов public relations в социальной сфере. Определены основные направления, этапы и задачи применения технологий PR в социальной сфере. Рассмотрена роль некоммерческих организаций в формировании общественного дискурса через позиционирование моделей поведения как подходов к решению социально значимых проблем.

Ключевые слова: коммуникации, связи с общественностью, некоммерческие организации, социальная сфера, общественное мнение.

The article is devoted to the specific application of public relations tools in the social sphere. The main directions, stages and tasks of PR technologies application in the social sphere are defined. The role of social organizations in the formation of public discourse through the positioning of behavior models as approaches to solving socially significant problems is considered.

Keywords: communications, public relations, social organizations, social sphere, public opinion.

Все сферы деятельности современного общества связаны с применением PR-технологий как инструмента продвижения и позиционирования. Возникнув и пройдя несколько этапов институционализации, к концу XX в. PR-деятельность представляется не только отраслью, ориентированной на позиционирование персон, продукции и услуг, но и направленной на влияние на социальные стереотипы, трансформацию взглядов и представлений, воздействие на убеждения [1].

Сегодня инструменты PR эффективно применяются не только коммерческими и государственными структурами, но и организациями третьего сектора. Задачами НКО, в первую очередь, является привлечение общественного внимания к социально значимым проблемам, инициация обсуждения подходов к их решению в контексте информационной повестки, содействие определенным социальным стратам, консолидация ресурсов поддержки. Некоммерческие организации успешно реализуют проекты в сфере культуры и спорта [2], экозащиты, поддержки социально незащищенных групп, формирования национальной идентичности коренных этносов [3] и т.п.

Содействие деятельности некоммерческих организаций может реализовываться не только в виде финансовой поддержки их проектов, являющейся успешным результатом фандрайзинга. Публичная активность лидеров мнений, внедрение определенных моделей поведения как социально одобряемых также представляется важной составляющей деятельности НКО. Поэтому актуализируются проблемы консолидации общества через демонстрацию моделей поведения, связанных с поддержкой социальных инициатив. Публичный капитал, как репутационная составляющая, является для НКО не менее важным с точки зрения формирования, чем финансовый.

Обратим внимание на ресурсы поддержки социальных проектов НКО и применение технологий PR в сфере их деятельности. Социальные PR-технологии можно представить как совокупность приемов, методов и воздействий, применяемых для достижения поставленных целей в процессе социального планирования и развития, решения разного рода социальных проблем, демонстрации социальной ответственности. Эти задачи являются важнейшими для некоммерческих организаций.

PR-деятельность в социальной сфере может осуществляться как по собственной инициативе базисного субъекта PR (например, потенциального инвестора, заинтересованного в сотрудничестве с некоммерческими организациями), так и в контексте запросов общества. К основным видам деятельности, сопровождаемым социальными PR-технологиями, можно отнести благотворительность, меценатство, патронаж и спонсорство. Сферы реализации социального PR заключаются в демонстрации социальной ответственности отдельных субъектов, привлечении внимания общественности к социальным проблемам, долгосрочной поддержке реализации проектов, поиске и привлечении инвестиций на различных условиях.

Задачами социальных PR-технологий являются: расширение и укрепление сферы влияния, завоевание доверия, формирование имиджа и репутации социальной организации, формирование общественного мнения, привлечение спонсоров и благотворителей, фандрайзинговая деятельность, установление благоприятных отношений с целевыми социальными группами и др. Применение PR-технологий в социальной сфере широко обсуждается научным сообществом [4; 5; 6]. Технологии PR помогают «решать не только вопросы продвижения организации на рынке, но и такие важные управленческие задачи как: обеспечение организации информацией об общественном мнении и выработка ответных мер; планирование деятельности руководства в интересах общественности; поддержка учреждения в состоянии готовности к различным переменам путем заблаговременного предвидения тенденций» [7].

Основными направлениями социального PR сегодня становятся:

- 1) продвижение или поддержка социальных программ (социальных инициатив), идей, проектов, общественных институтов или процедур;
- 2) системное текущее сопровождение деятельности общественных объединений.

Первое направление предполагает следующие направления работы: изучение и анализ общественного мнения/исходной ситуации; разработка PR-стратегии (стратегии коммуникационного продвижения) социально значимого проекта/программы, акции; привлечение общественного внимания к проблеме/проекту со стороны целевых аудиторий; комплексную PR-поддержку через организацию эффективной коммуникационной кампании, охватывающей все основные каналы коммуникации; формирование пула референтных лиц (спикеров, ньюсмейкеров) – лидеров общественного мнения; системное взаимодействие с журналистами в рамках media relations. Проблема реализации социальных проектов широко обсуждается на страницах научных публикаций [8; 9].

Второе, в свою очередь, связано с формированием и продвижением благоприятного имиджа общественного объединения, повышением известности организации, регулярным мониторингом информационного поля на предмет анализа коммуникационной активности деятельности общественного объединения и аналогичных организаций; привлечением внимания со стороны целевых аудиторий к деятельности НКО, их программам, акциям и проектам, установление долгосрочных контактов со СМИ и лидерами общественного мнения.

Разработка системы оценки и описание ожидаемых результатов являются чрезвычайно важными в том числе и для фандрайзинговой деятельности. Выработка системы аргументации в коммуникациях с потенциальными инвесторами является залогом последующего успешного сотрудничества с ними. PR-специалисты, представляющие НКО, должны формулировать потенциальные выгоды, - прежде всего, репутационные, - от сотрудничества бизнеса и государства с организациями третьего сектора. Оценка эффективности реализованных PR-технологий [10] в социальной сфере предполагает предварительную выработку критериев успешности сопровождаемого проекта.

Таким образом, социальные PR-коммуникации осуществляются в контексте взаимного интереса, проявляемого к сотрудничеству между представителями бизнеса как потенциальными инвесторами и некоммерческими организациями, заинтересованными в привлечении средств для реализации своих проектов. Для успешной аргументации и обоснования значимости реализуемых проектов некоммерческие организации должны обладать сформированным публицитным капиталом.

Литература:

1. Башкарев А.А. Основы PR: учебное пособие. СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2017. 94 с.
2. Евсеев В.В. Использование спорта в создании среды здоровьесбережения человека // Глобальные социальные трансформации XX – начала XXI вв. (к 100-летию Русской революции) Материалы научной конференции XI Ковалевские чтения. Отв. редактор: Ю.В. Асочаков. Издательство: ООО "Скифия-принт" (Санкт-Петербург). 2017. С. 323–325.
3. Башкарев А.А. PR-технологии в контексте привлечения внимания к проблемам малых этносов // Технологии PR и рекламы в современном обществе: Материалы XI Всероссийской научно-практической конференции. СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2016. С. 23-25.
4. Тростинская И.Р. Социальные медиа как инструмент продвижения (на примере рынка органической продукции) // Коммуникативные среды информационного общества: Тренды и традиции Труды Международной научно-теоретической конференции / Ответственный за выпуск О.Д. Шипунова. СПб: Изд-во Политехн. ун-та, 2016. С. 148–157.
5. Башкарев А.А. PR-сопровождение событийного туризма в Ленинградской области // Технологии PR и рекламы в современном обществе Материалы XII Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2017. С. 18-21.
6. Башкарев А.А., Евсеев В.В. Сетевые технологии и их влияние на параметры жизнедеятельности человека и общественной среды // ЧЕТВЕРТАЯ ПРОМЫШЛЕННАЯ РЕВОЛЮЦИЯ: РЕАЛИИ И СОВРЕМЕННЫЕ ВЫЗОВЫ. X ЮБИЛЕЙНЫЕ САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЕ СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ ЧТЕНИЯ сборник материалов Международной научной конференции. СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2018. С. 144-147.
7. Аполон П.А., Башкарев А.А. PR-сопровождение образовательных проектов // Технологии PR и рекламы в современном обществе Печатается по решению Совета по издательской

- деятельности Ученого совета Санкт-Петербургского политехнического университета Петра Великого. СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2018. С. 19-24.
8. Тростинская И.Р., Тушева А.Г. Рекламное обеспечение социального продукта ( на примере проекта «Патриотическое воспитание граждан РФ в Камчатском крае») // НЕДЕЛЯ НАУКИ СПбПУ Материалы научного форума с международным участием. Институт международных образовательных программ. СПб.: Изд-во Политехнического ун-та, 2015. С.89-92.
  9. Тараканова Т.С. Интернет-коммуникации в продвижении социально-ориентированных проектов //Технологии PR и рекламы в современном обществе Печатается по решению Совета по издательской деятельности Ученого совета Санкт-Петербургского политехнического университета Петра Великого. СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2018. С. 212-216.
  10. Позднякова Р.И., Евсеева Л.И. Эффективность PR-кампании: анализ методов оценок // Технологии PR и рекламы в современном обществе. Печатается по решению Совета по издательской деятельности Ученого совета Санкт-Петербургского политехнического университета Петра Великого. СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2018. С. 171-177.

УДК 35.351, ББК 60.84

Т.В. Шаулова  
Tatyana Shaulova  
Shaulova63@mail.ru

### **Публичные консультации как способ достижения консенсуса: фантом или реальность?**

#### **Public consultations as a way to reach consensus: phantom or reality?**

*Северо-Западный институт управления Российской Академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ*

*North-Western Institute of management of the Russian presidential Academy of national economy and public administration*

Статья посвящена проблемам использования публичных консультаций как атрибута, как «точки доступа» заинтересованных сторон (адресатов регулирования) к процессу разработки нового регулирования, как способа достижения консенсуса между заинтересованными сторонами в процессе оценки регулирующего воздействия в РФ.

Ключевые слова: оценка регулирующего воздействия, публичные консультации, заинтересованные лица, канал влияния, точка доступа

The article is devoted to the problems of using public consultations as an attribute, as an «access point» of interested parties (recipients of regulation) to the process of developing a new regulation, as a way to achieve consensus between stakeholders in the process of assessing the regulatory impact in the Russian Federation.

Keywords: regulatory impact assessment, public consultations, stakeholders, influence channel, access point

Если регуляторную политику сегодня рассматривают в качестве одного из драйверов экономического роста, то оценку регулирующего воздействия (ОРВ) в качестве ее центрального инструмента, обеспечивающего реализацию полного цикла регулирования и включающего административное упрощение, публичные обсуждения и поиск альтернатив административному регулированию. Унитарного определения института нет, поскольку разнообразие национальных целей регулирования, как результат и задач, стоящих перед ОРВ, предопределяют разнообразие его определений как инструмента развития, вида правовой экспертизы, канала коммуникации, вида куста «оценок влияния» (impact assessment) и пр.

На сегодняшний день, несмотря на более чем тридцатилетнюю практику использования и постоянный процесс совершенствования института, эксперты не дают ОРВ однозначно положительную оценку. Ограничения, как правило, связывают с тем, что регуляторные органы не всегда обладают надлежащими навыками не только для проведения высококачественной ОРВ, но и для взаимодействия с адресатами регулирования; что сфера охвата института остается разнородной, а исключения достаточно широки; что на практике ОРВ применяется к одному виду регулирования, а не к режиму регулирования в целом; что не исключена вероятность его использования для легитимации уже принятых (порой популистских или непродуманных) решений и пр.

Что касается возможностей, наблюдается согласие относительно того, что ОРВ улучшает эффективность регулирования, снижает число низкокачественных и ненужных регуляторных актов, оценка «ex-ante» способствует улучшению согласованности действий правительства и межведомственному обмену информацией, повышению открытости процесса нормотворчества и доверия к правовой системе страны в целом вследствие формирования множественных точек доступа заинтересованных сторон к процессу разработки нового регулирования.

Реализация отмеченных возможностей ОРВ обеспечивается в том числе и благодаря прозрачности процедуры и публичным обсуждениям (консультациям). Последние способствует увеличению «демократизации» процесса принятия государственных решений, повышению уровня доверия граждан к правительствам и политике, что в условиях высокой степени неопределенности важно для сохранения социальной стабильности. Поскольку вопрос качества управленческих решений трансформирован в вопрос обеспечения высокого качества информационно-аналитического обеспечения, то в данной ситуации публичные обсуждения увеличивают объем доступной для правительства эмпирической информации в аналитических целях, что позволяет решать информационно-аналитическими средствами проблему защиты от «возможных угроз», благодаря более скрупулезному анализу ситуации; детальной оценке преимуществ и рисков регулирования; выявлению неочевидных альтернатив; определению уровня соблюдения установленных требований; снижению трансакционных издержек на исполнительное производство как для регуляторных органов, так и адресатов регулирования.

В зарубежных странах в рамках ОРВ используются такие формы проведения публичных обсуждений как неформальные консультации, распространение регуляторных предложений, процесс обнародования и комментарии, общественные слушания, использование консультативных органов [2].

Неформальные консультации между регуляторными органами и заинтересованными группами эпизодичны и не формализованы; их основная роль - сбор информации. В тоже время степень приемлемости формы различна, что обусловлено не столько административной, сколько политической традицией.

В странах с доминированием традиций корпоративизма, неформальные контакты с основными группами интересов - норма в рамках регуляторного процесса,

в этом случае они предшествуют формальным. Прямо противоположна ситуация в странах с плюралистической традицией. В частности, в США de jure неформальные консультации нарушают не только нормы открытости и равного доступа, но и акт об административных процедурах, требующий обеспечения равного доступа для всех групп интересов. De facto ситуация иная: заинтересованные группы достаточно активно контактируют с органами разработчиками регуляторных норм до объявления о разработке решения, причем эта форма признается не только наиболее эффективной, но и более популярной [3].

Оценка неформальных консультаций неоднозначна: выделяют как преимущества (менее обременительны и более гибки по сравнению со стандартными формами консультаций; быстрота и широкий охват интересов), так и недостатки (ограниченная прозрачность и ответственность, а также «предвзятость» в выборе групп для контактов). Хотя, следует признать, обычно важными группами не пренебрегают, дабы не создавать сложности для регуляторного процесса.

Распространение регуляторных предложений для общественных комментариев в отличие от предыдущей не только более систематизированы, но и частично формализованы. В то же время благодаря тому, что это недорогой и достаточно гибкий способ взаимодействия и получения информации с точки зрения времени, объема и формы ответов (письменные или устные), они используются наиболее часто, причем на любой стадии регуляторного процесса. Тем не менее, способ не идеален, поскольку за регулятором остается право решать, кто будет участвовать в консультациях.

Процесс обнародования и комментариев (публикация до издания) по сравнению с предыдущими более открытая и всесторонняя, но и более регламентированная форма. С 1980-х годов «процесс» со своими процедурными особенностями используется в регуляторной практике практически всех стран.

Что касается формализации «процедурных особенностей», то можно выделить 2 полярные модели, предполагая, что иные национальные модели формализации «процесса обнародования» приближены или отдалены от них. Модель США (именно они в 1946 году стали пионерами формализации «процесса обнародования» до издания подзаконных актов) - пример «жесткой»: комментарии регистрируются в формальном реестре законодательства и регуляторный орган не вправе полагаться на фактическую информацию, не содержащуюся в документах публичного характера. На практике же органы - разработчики могут принимать или отклонять комментарии по своему усмотрению, в случае же игнорирования существенных комментариев имеет место риск отклонения проекта нормативно-правового акта (НПА) судом.

Анализ воздействия, представленный разработчиком, должен быть опубликован для ознакомления общественности как на предварительной, так и на конечной стадии принятия решения, позволяя всем заинтересованным представителям общественности комментировать не только допущения, но и результаты анализа. В этом случае возможность улучшения допущений и данных, используемых в ОРВ обнародования и комментариев, существенно повышается.

Полярная – «модель» Дании, предполагающая широкое использование процесса обнародования и комментариев при подготовке «существенно важных» НПА без формализации требований к процедуре.

В любом случае «процесс обнародования» подразумевает, что у всех заинтересованных сторон есть возможность ознакомиться с регуляторным предложением и дать свои комментарии. Предполагается, что данная форма должна повысить участие заинтересованных групп в обсуждении инициатив и проектов НПА, т.е. способствовать «осуществлению перехода» от намерения действовать к конкретному действию; обеспечить «вызов индивидуальной ответственности», но в реальной практике «линия Рубикона» чаще не переходит: участие во всех странах остается на достаточно низком уровне практически для всех регуляторных предложений (исключения - наиболее противоречивые из них).

Эксперты считают, что низкий уровень участия зависит от того, что механизм «обнародования и комментариев» хоть и формализован, но еще не институционализирован; от «простоты» ответной реакции регулятора и ожидаемых результатов участия (включая результативность процесса обнародования, качества и природы информации от органа разработчика заинтересованным группам, количества времени для предоставления комментариев); от предпочтения «устоявшихся» групп интересов использовать иные (менее открытые и более эффективные) каналы коммуникации с государственными чиновниками.

Общественные слушания представляют собой открытые обсуждения (открытые общественные собрания) конкретного регуляторного предложения, когда все заинтересованные стороны могут в ходе диалога дать комментарии на проект и предложенные способы решения проблемы.

Особенность формы не столько в обсуждении регуляторного предложения в режиме real-time presence, сколько в том, что она редко является независимой, дополняя иные (как часть «процесса обнародования» (США); вместо письменных комментариев или одновременно с ними (ФРГ, Финляндия); как формальная часть процесса разработки всех основных проектов регуляторных НПА в комитетах парламента (Канада) и пр.). Взаимосвязь с другими консультационными формами обуславливает и достаточно высокую степень формализации с ограниченной возможностью для диалога или дебатов среди участников, что проявляется в дискреционном и узкоспециализированном характере слушаний.

Ограничениями данной формы публичных обсуждений выступает то, что они являются разовыми мероприятиями и могут быть недоступны для отдельных адресатов регулирования (что для регулятора предполагает организацию обеспечения доступа и планирование мероприятий); «требует» от организаторов навыков управления процессом дискуссии между группами с разными интересами и взглядами для обеспечения возможности генерирования эмпирической информации.

Использование консультативных органов в регуляторном процессе - норма практически всех стран. Их особенность - наличие определенного мандата или задачи в рамках регуляторного процесса (предоставление экспертного заключения или поиск

консенсуса), а также представительство внешних по отношению к государственной администрации заинтересованных групп.

Их отношения с регуляторными органами отличаются разнообразием: от реакции на предложения последних (Социально-экономический Совет Франции, экспертные консультативные комиссии ФРГ) до исполнения роли субъекта права законодательной инициативы (Комиссия по здравоохранению и безопасности Великобритании). В зависимости от статуса и полномочий в процессе ОРВ они могут использоваться в качестве одного из многих информационных источников, с целью формулирования позиции и выработки альтернатив, для повышения качества и ожидаемой легитимности НПА; могут и сами инициировать и проводить консультативные мероприятия, вплоть до планирования политики в таких отраслях, как социальное обеспечение или здравоохранение (уже упоминавшаяся Комиссия по здравоохранению и безопасности Великобритании).

Институт не идеален, если давать оценку по таким параметрам, как независимость, беспристрастность оценок, «статус» заключения и пр. В том числе экспертами ОЭСР был выявлен феномен «консультационного утомления» экспертов - консультантов органа, «погребенных» под огромным количеством материала, который необходимо прокомментировать. В этом случае феномен может являться как позитивным сигналом и вести начало от успеха в разработке прозрачных регуляторных режимов, так и следствием неразвитости механизмов для реагирования на консультационные заключения, что в конечном счёте будет разрушить доверие к процессу [1].

Таким образом, эффективность и пригодность инструментов взаимодействия с заинтересованными сторонами зависят от специфических институциональных (социально-экономических, политических) и культурных условий стран, а также от целей, задач и условий конкретных консультаций. В этом случае обязательными процедурами ОРВ выступают такие формы публичных консультаций как распространение регуляторных предложений для общественных комментариев и обнаружение комментариев, то остальные – на «усмотрение» системы.

Что же касается российской практики использования публичных консультаций в ОРВ, то закреплены организационные, процедурные и методические основы всех ранее отмеченных форм их проведения; определен минимально необходимый перечень участников [4].

Относительно же оценки реальной роли института в процессе разработки НПА, то здесь мы не можем представить желаемое за действительное: ОРВ как центральный инструмент регуляторной политики и публичные консультации как способ достижения консенсуса при разработке НПА со своими основными задачами за восьмилетний период не справились (если предположить, что задачи реального обеспечения транспарентности и предсказуемости процесса нормотворчества, повышение качества НПА, снижение административного бремени, рост предпринимательской и инвестиционной активности и пр. в условиях отсутствия комплексной регуляторной политики и «вечных поисков» дополнительных

источников пополнения бюджета, перед регуляторными органами ставились ). Почему?

В качестве основания для аргумента приведем данные о месте РФ в рейтинге «Показатели глобального управления» Всемирного Банка по показателю качество регулирования, отражающему представления о способности правительства разрабатывать и осуществлять разумную политику и правила, позволяющие и способствующие развитию частного сектора.

Оценка по параметру колеблется от -2,5 (слабая) до 2,5 (сильная); ранг – «процентное место» среди всех стран (колеблется от 0 - наименьший до 100 - наивысший), дает представление о положении страны в сравнении с другими. У РФ ранг в 2017 г. составлял 32,69%, то есть у 32,69% стран мира уровень регуляторной политики хуже, чем у нас, а значит, мы находимся в замыкающей трети стран по этому индикатору [5].

страна		2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
РФ	Оценка	-0,34	-0,35	-0,35	-0,34	-0,35	-0,39	-0,52	-0,42	-0,48
	ранг	40,67	40,67	39,81	40,28	39,81	38,46	32,21	37,02	32,69
ФРГ	оценка	1,52	1,57	1,55	1,54	1,55	1,70	1,72	1,82	1,78
	ранг	93,78	93,78	92,89	91,94	92,42	94,23	94,23	96,15	95,19
США	оценка	1,40	1,45	1,46	1,30	1,27	1,28	1,26	1,50	1,63
	ранг	89,95	91,87	91,94	87,68	86,73	88,94	85,58	91,83	92,79

Отрицательная динамика показателей настораживает. Хотя аналитиками обращается внимание на основной «порок» метода - «опору» исключительно на субъективные индикаторы, основанные на восприятии, в связи с чем показатели рейтинга играют скорее иллюстративную роль, не всегда отражая реальную картину. В нашем случае знак «минус» (субъективизм) при оценке параметра будет не столько иллюстративен, сколько информативен, если апеллировать к поведенческим подходам регулирования. В этом случае низкие оценки могут быть объяснены тем, что попытки смоделировать справедливость, фактически не предоставляя объективно справедливых процедур, вызывают «негативную реакцию» в случае обнаружения истинной природы «несправедливого» процесса. Последнее отражается в «отрицательном характере» параметров, на уровне системы – снижение экономического роста и инвестиций, оттоке капитала, на поведенческом уровне адресатов регулирования - в оппортунистическом поведении.

В чем же проявляется «несправедливость» процесса, не обеспечивающая возможность публичным консультациям выступать способом достижения консенсуса?

Прежде всего в том, что разработка формальных правил стала основным способом реагирования на любые проблемы в социо-экономической сфере. Ежегодно в РФ принимается порядка 20 000 НПА, тысячи из которых непосредственно затрагивают вопросы ведения предпринимательской деятельности [6]. Как результат -

огромное число «должных» пройти публичные консультации проектов НПА (порядка 200 ежедневно) [8].

В таких условиях вполне логично со стороны органов разработчиков рассматривать ОРВ как обременительную бюрократическую формальность, поднимая вопрос о необходимости отказаться от «нормотворческих фильтров» (сделав их добровольными для регуляторов), сужая на практике «сферу охвата» ОРВ [7] или сводя публичные консультации к их имитации [8].

Неформальные консультации, обладая специфически российскими особенностями (как сеть неформальных связей, как самый эффективный канал влияния), активно используются наряду с другими процедурами (письменные комментарии, участие в открытых правительственных заседаниях) в регуляторном процессе лишь «избранными» группами интересов.

Роль «уведомления о подготовке проекта НПА» на практике чаще всего сводится к информированию предпринимательских объединений и GR подразделений крупных корпораций о размещении на портале [regulation.gov.ru](http://regulation.gov.ru) проекта НПА и пояснительной записки. Но информации, представляемой органами - разработчиками в уведомлении о начале разработки проекта НПА недостаточно не только для того, чтобы сформировать представление о предлагаемых регулятором мерах, но и для идентификации проблемы и оценке достоверности ее описания. Результат - отсутствие интереса со стороны адресатов регулирования к стадии уведомления, поскольку не понятно, как с ней работать. В отсутствии же реакции вопрос об обоснованности наличия проблемы и оценке необходимости регуляторного вмешательства перемещается на стадию ОРВ уже готового проекта акта.

Что касается «процесса обнародования и комментариев (публикация до издания)», то к ней также много претензий. Одна из них - сжатые сроки проведения консультаций (10 – 15 дней от уведомления до обнародования). Хотя даже это не позволяет говорить о «нулевой активности», что подтверждается данными с сайта [ORV.gov.ru](http://ORV.gov.ru)

Замечания о недостаточной обоснованности проблемы, требующей вмешательства регулятора, и выбора способа регулирования для ее разрешения, наряду с замечаниями к тексту проекта НПА, закрепляются в «позициях» участников публичных консультаций и /или в заключениях об ОРВ. Но статус «позиции» - рекомендательный, в связи с этим ее учет или обратное - прерогатива и одновременно ответственность федерального органа исполнительной власти. В данной ситуации с учетом целей, задач регулятора и административной культуры иллюзорность участия predetermined.

Роль консультативного органа, в нашем случае Экспертного Совета при Правительстве, в подготовке заключений на разработанные проекты НПА за период 2015 – 2017 годов свелась к подготовке 9 заключений, согласно информации, размещенной на сайте Совета. С «консультационным утомлением», сотрудники Совета не сталкивались, по крайней мере, если апеллировать к официальным данным. Его заключения, также, как и «позиции» заинтересованных сторон, носят

рекомендательный характер, причем информация об их учете в рамках дальнейшего прохождения проектов нет; хотя «представители бизнеса иногда используют данную площадку для улучшения своих позиций в ходе административного торга по интересующим их вопросам регулирования» [7,40].

Таким образом, отсутствие сложившейся культуры подготовки проектов нормативных правовых актов, отвечающих потребностям ситуации, гарантий учета мнения заинтересованных сторон, процедур транспарентности на всех стадиях разработки проектов актов и неуклонный рост их числа, при сужении «сферы охвата» ОРВ, приводит не только к резкому падению качества НПА, снижению интереса со стороны адресатов регулирования и тотальному кризису доверия к системе ОРВ и к ее институту – публичным слушаниям.

#### Литература:

1. Перспективы развития регуляторной политики. 12-е заседание Комитета по регуляторной политике 15-16 апреля 2015 г. Конференц-центр ОЭСР, Париж // ОЭСР. Директорат по государственному управлению и территориальному развитию. Комитет по регуляторной политике. GOV\RPC (2015)1 // [http://www.oecd-ilibrary.org/governance/oecd-regulatory-policy-outlook-2015\\_9789264238770-en?citeformat=rjs](http://www.oecd-ilibrary.org/governance/oecd-regulatory-policy-outlook-2015_9789264238770-en?citeformat=rjs)
2. Мальшев Ник. Эволюция регуляторной политики в странах ОЭСР // <https://www.oecd.org/gov/regulatory-политика/42051724.doc>
3. Kerwin C., Furlong S. F. (2010). Rulemaking: How Government Agencies Write Law and Make Policy. 4<sup>th</sup> ed. Washington, DC: Congressional Quarterly Press; West W. F. (2004). Formal Procedures, Informal Process, Accountability and Responsiveness in Bureaucratic Policy Making: An Institutional Policy Analysis // *Public Administration Review*. Vol. 64, No 1. P. 66-88.
4. Постановления Правительства РФ от 17.12.2012 г. № 1318 «О порядке проведения федеральными органами исполнительной власти оценки регулирующего воздействия проектов нормативных правовых актов, проектов поправок к проектам федеральных законов и проектов решений Совета Евразийской экономической комиссии, а также о внесении изменений в некоторые акты Правительства РФ»; [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_310202/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_310202/); от 25.08.2012 г. № 851 «О порядке раскрытия федеральными органами исполнительной власти информации о подготовке проектов нормативных правовых актов и результатах их общественного обсуждения» // [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_310203/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_310203/); Приказ Минэкономразвития РФ от 7.07.2015 г. № 454 «Об утверждении методики проведения публичных (общественных) консультаций (обсуждений)» // [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_251993/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_251993/)
5. Всемирный Банк // [www.govindicators.org](http://www.govindicators.org)
6. Ткаченко Н. Статистический анализ федерального законодательства. М.: Центр стратегических разработок, 2017. URL: [https://csr.ru/wp-content/uploads/2017/02/Issledovanie\\_TSSR\\_statistika-po-zakonoproektam.pdf](https://csr.ru/wp-content/uploads/2017/02/Issledovanie_TSSR_statistika-po-zakonoproektam.pdf).
7. Постановление Правительства РФ от 25.08.2012 № 851
8. Голодникова А.Е., Ефремов А.А., Соболев Д.В., Цыганков Д.Б., Шклярчук М.С. Регуляторная политика в России: основные тенденции и архитектура будущего // <https://www.csr.ru/tags/publicadm/>

**Прогностическая функция общественного сознания в управлении глобальным гражданским обществом**  
**Predictive function of the public consciousness in the management of the global civil society**

*Рязанский государственный радиотехнический университет*  
*Ryazan State Radio Engineering University*

Автор раскрывает элементы прогнозирования в общественном сознании как основном механизме в управлении глобальным обществом.

Ключевые слова: прогнозирование, информационное общество, общественное сознание, деформация сознания, кризисное сознание

The author opens forecasting elements in public consciousness as the main mechanism in management of the global society

Keywords: forecasting, information society, public consciousness, consciousness deformation, crisis consciousness

Мотивированность прогнозирования социальных процессов возрастает в переходные и кризисные периоды эволюции общества. Однако в социальной философии выделение прогностической функции вовсе не является самоочевидным и общепринятым. Эффективное прогнозирование в рамках социальной философии становится проблематичным из-за будущего состояния конкретной страны или социальной группы.

Проблемной оказывается не только претензия философского исследования на саму возможность получения знания о будущем в отношении той реальности, которая видоизменяется в результате трансформаций общества. Дискуссионным остается само понятие прогнозирования как особой научной формы предвидения будущего.

Общественное сознание информационного общества имеет устойчивую направленность к будущему. Прогностическая ориентация общественного сознания определяет прочные методологические основания для реализации данной потребности. Но наряду с этим имеет место и скептическое отношение к прогнозированию. Исходя из определения, под прогнозированием понимается род знания о будущем, который соотносили с познавательными процедурами.

Приведем несколько подходов в определении понятия прогнозирования. Согласно позиции Ю.В. Громыко, «все характеристики будущего представлены в осознании воспроизводстве той целостности, в которую мы включены самим фактором нашей жизни» [1, с.27 ]. К. Поппер пришел к выводу, что мир человека – это мир предрасположенностей, который представляет собой «не просто возможности, а физическую реальность». [2, с. 185]. Предрасположенность имеет аксиологическую природу, т.к. прогнозы носят детерминированный характер, а в их содержании будет присутствовать с одной стороны, информация к действиям, а с другой – обозначен результат. Эта траектория показывает, каков предел возможностей человека относительно преобразования будущего. К.Поппер утверждает, что будущее – это категория оценочная, и прогноз должен носить вариативный характер.

Значение неопределенности в прогнозировании сводится к тому, что «сегодня вероятность – это составная часть новой рациональности» [2, с. 185]. Будущее – это категория оценочная. Критерии, на основании которых оценивается прогноз, представляет собой стартовую позицию для определения целей и задач, стоящих перед исследователем, способствующих выявлению «горизонта ожиданий».

Ситуация осложняется еще и тем, что в философской традиции проблема будущего редко анализировалась как необходимый элемент общественного сознания в управлении обществом. Осознанная необходимость в прогнозах становится особенно актуальной в связи с появлением «Римского клуба», в качестве защитной реакции в ситуации «антропологического поворота», противоречивости и неоднозначности общественных явлений. В центре внимания философов и социологов – являлась «деформация сознания» – это явление, когда разрушаются представления о будущем как об улучшенной форме настоящего.

Рассмотрение прогноза актуализируется в связи со специфическими чертами подхода к объекту исследования. Методологические принципы философии, ее гносеологические предпосылки, проектируемые на прогностический акт, будут реакцией на «вызов времени», в период ценностного кризиса общества постмодернистского типа. В связи с этим возрастает необходимость прогностической функции общественного сознания в управлении глобальным гражданским обществом. Социофилософское постижение будущего может по-новому взглянуть на проблему социального времени, а также на задачи, которые решаются в рамках футурологии. Потребность в будущем является атрибутивной характеристикой человека и становится прогностической составляющей общественного сознания в связи с осмыслением ее в качестве проблемы.

В современном обществе прогнозирование как метод исследования определяет не только форму кризисного сознания постиндустриальной эпохи, сколько является необходимой атрибутивной характеристикой ориентированного общественного сознания в управления глобальным гражданским обществом.

#### Литература:

1. Громько Ю.В. Основная проблема философии развития – имманентная трансцендентальность. // Философские науки. 2008. №9. С. 27-44
2. Эволюционная эпистемология и логика социальных наук: Карл Поппер и его критики / Составление Д. Г. Лахути, В.Н.Садовского и В. К. Финна; перевод с английского Д. Г. Лахути; вступительная статья и общая редакция В. Н. Садовского; послесловие В. К. Финна. — М.: Эдиториал УРСС, 2000. — 464 с

**Политика памяти как манипулятивная техника в процессе декоммунизации в Центральной и Восточной Европе**  
**Memory policy as a manipulative technique in the process of decommunization in Central and Eastern Europe**

Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина  
Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin

Статья посвящена трансформационным процессам, происходивших в Центральной и Восточной Европе в период 1986-1991 годов. Отдельно выделяется процесс декоммунизации. Исследуется влияние эмоций на историческую память. Отмечается роль травмы на мышление общества. В результате анализа автор приходит к выводу, что декоммунизация используется в качестве легитимации новой политической элиты и попытки устранить бывших коммунистических лидеров от политических ресурсов и управления.

Ключевые слова: декоммунизация, травма, эмоции, память, элиты, манипуляции

The article is devoted to the transformational processes that took place in Central and Eastern Europe in the period 1986-1991. The process of decommunization is singled out separately. The influence of emotions on historical memory is investigated. The role of trauma in society's thinking is noted. As a result of the analysis, the author comes to the conclusion that decommunization is used as a legitimation of the new political elite and attempts to eliminate the former communist leaders from political resources and management.

Keywords: decommunization, trauma, emotions, memory, elites, manipulations

Посткоммунистическим странам Центральной и Восточной Европе (ЦВЕ), в самом начале перехода к демократии пришлось столкнуться не только с социально-экономическими проблемами, но и с трудностями вытекающего из прошлого: как реагировать на широко распространенные нарушения прав человека, политические репрессии, сотрудничество с тайной полицией и отсутствие работающих демократических законов. В результате правительствами ЦВЕ были приняты ряд мер, такие как «правосудие переходного периода» (Transitional Justice), отличительной чертой которого является правовое реагирование на правонарушения предшествующих тоталитарных режимов [1] и декоммунизация, который охватывает ряд разнородных явлений и механизмов, включая: обеспечение открытости и доступа к секретным полицейским архивам, люстрация, реституция, ликвидация остатков коммунистической пропаганды (символов, памятников, топонимики) [2].

Цель нашей статьи рассмотреть систему мероприятий – декоммунизацию; выделить ее специфические свойства и определить ее связь с политическими элитами через политику памяти.

Посткоммунистические преобразования, с одной стороны, пытались решить проблему приемлемости, но в то же время разрыва с коммунистическим режимом. Идея заключалась в том, чтобы объединить всех граждан в процессе построения нового политического и социального порядка. Однако преобразования публичного пространства не регулировалось никаким специальным законом. Все это происходило на подъеме массовых антикоммунистических настроений.

В зарубежной и отечественной политической мысли нет общепризнанного определения декоммунизации. Поэтому в политической науке продолжают дискуссии о сущности и роли этого феномена. В современной политической науке

исследователи дискутируют о причинах декоммунизации. Например, Р. Мухаметов отмечает: стремление к политической и экономической модернизации, ликвидация коммунистической идеологии, отсутствием любви к русским и России, русофобия [3, с.207]. В то же время, В. Садурски рассматривает декоммунизацию, как коллективное устранение бывших коммунистов в качестве группы с позиции влияния на политическое решение в демократическом государстве [4, 331].

С нашей точки зрения, декоммунизация характеризуется реакцией (отношением) на предыдущий тоталитарный режим. Мы согласны с Р.Мухаметовым и др. исследователями, что декоммунизация имеет некоторые положительные практики в процессе построения демократического общества; тем не менее, мы согласны с В. Садурски и утверждаем, что декоммунизация - это попытка исключить некоторые категории бывших коммунистических чиновников от участия в политической жизни страны, а как следствие - использование новой политической элиты манипулятивной техники - политики памяти, с целью легитимации своей политики и отстранение коммунистической элиты от ресурсов и источников власти.

Для доказательства нашего предположения, мы рассмотрим условия формирования феномена политики памяти и феномена травмы, на которую активно используют политические акторы, пришедшие на смену коммунистической элите.

С точки зрения теории психоанализа большая часть памяти – это последовательная и непрерывная запись чего- то, что в действительности произошло. Это процесс сборки элементов нашего переживания в гармоничное и организованное целое. Любая эмоциональная активация, сцепленная с образом, создает переживание воспоминания. Когда человек выбирает образы, связанные со сходным эмоциональным оттенком, даже если они отличаются по своему содержанию, создается «воспоминание». Это воспоминание часто принимается за абсолютную правду о том, что произошло. В добавление к этому, мы часто разделяем элементы травмирующего переживания на части, чтобы уменьшить интенсивность эмоций и ощущений. Вследствие этого, лишь отдельные части запомненного нами травматического события имеют вероятность быть полностью достоверными. В общем, полное «воспоминание» о травматическом переживании будет объединением отдельных элементов множества переживаний человеческого опыта. В результате сенсорные или информационные сообщения, которые имеют сходный эмоциональный чувственный или эмоциональный оттенок, могут быть призваны для создания «воспоминания». Все эти элементы переживания являются эквивалентными, если они несут особый тип возбуждения и эмоционального воздействия. В результате мы приходим к 3 выводам: первый, что память формируется в результате специфических сильных эмоциональных переживаний; второй, память может хранить информацию, которая может быть искажена; третье, память - это воспоминание о «чем то».

Трансформационные процессы в ЦВЕ в период 1986-1991гг. сопровождалась глубокими экономическими и социальными потрясениями. Система мероприятий по декоммунизации затрагивала различного рода отношений прошлого и настоящего. Историческую политику активно использовали различные политические группы, в

борьбе за символическое господство, с целью завоевания публичного дискурса, инструментально используя исторические события в своих целях. «Коллективное воспоминание о событиях прошлого актуально и востребовано только тогда, когда оно вписывается в современную структуру групповых интересов и удовлетворяет потребности, возникающие «здесь» и «сейчас» [5, 106]. Именно в это момент усиливается антисоветская пропаганда демократическими движениями и партиями, появляется ненависть к коммунистическому прошлому. В результате «партикулярные групповые идентификации были ... почти полностью подчинены национальной идентификации ... отличия «нас» от них» [6, с.31].

Именно поэтому создание национальных мифов и искажение истории, попытка мобилизовать различные негативные воспоминания прошлого становится важной задачей различных политических акторов. В результате которой, официальная история становится частично фиктивной или достоверной.

В период краха коммунистического режима политические элиты стали активно применять политику памяти, делая особый акцент на события в истории страны носящих трагические, травматические события. Травма может храниться в коллективной памяти поколениями, проявляя себя при благоприятных обстоятельствах. Примером для иллюстрации являются травмы племенные, этнические, национальные, уходящие корнями в насильственные, травматические события прошлого, внезапно возникающие в виде взрывов внутригрупповой ненависти, конфликтов, войн [7]. С точки зрения политической психологии травму можно определить как рану сознания, результат эмоционального шока, который нарушает «осознание времени, себя и мира» [8].

В данной статье под травмой мы понимаем дезадаптацию общества к изменившимся условиям внешней среды. Политическая система, формирующаяся под влиянием травмы, перестает отвечать на современные политические запросы и фиксируется на прошлом. По мнению Ж.Т. Тощенко травмированные общества – это результат длительной неопределенной трансформации общественных отношений, следствием которой могут быть непредвиденные социальные последствия [8]. Здесь нам необходимо отметить накопившиеся в тоталитарных обществах чувства стыда, вины, страха, беспомощности. «Фиксация» это то, что создает травму. Ее симптоматика усугубляется через отрицание сложностей постконфликтного ландшафта. Согласно Ж. Лакану, стремление понять травматический опыт – это попытка контролировать его, овладеть им, но овладеть им для себя, создать его в собственном воображении. Любое отклонение от категоризации, которое может позволить другое понимание опыта, встречается с яростью и отказом [9].

В результате нашего исследования о роли эмоций в формировании памяти, специфики политики памяти и влияния травмы на политическое сознание мы приходим к выводу, что данный конструкт активно используют политические элиты в своей политической борьбе.

В итоге мы приходим к выводу, что декоммунизация в ЦВЕ - это попытка новых политических элит, в результате социально-экономического и политического кризиса, на

основе травмированного тоталитарного прошлого, используя мощные разнонаправленные эмоции общества, направить мышление общества на радикально-негативное переосмысление отношений к коммунистическому прошлому, его влияния на культуру, идентичность, целостность государства. Тем самым создать себе политическую легитимность, а так же попытаться устранить бывших коммунистов от политической власти. Тем не менее, декоммунизация - это попытка снять внутреннее напряжение общества, возникшее в период тоталитарного режима. В новой идеологической атмосфере новая элита предпринимает радикальный пересмотр политической реальности – включая психологические механизмы «отрицания», «проекции», «идеализации» и «обесценивания», стратегически используемых политикой памяти против бывших коммунистов.

Литература:

1. Бобринский Н.А. К вопросу о концепции «правосудия переходного периода» // БИБЛИОТЕКА КРИМИНАЛИСТА. НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ. 2014. №1(12). С. 329-330.
2. Мухаметов Р.С., Нагорных О.В. Особенности декоммунизации в Восточной Европе. Вестник Омского университета. Серия «Исторические науки». 2018. № 2 (18) с. 202-208.
3. Мухаметов Р.С. Роль декоммунизации в политическом транзите государств восточной Европы. Вестник Омского университета. Серия «Исторические науки». 2018. №1 (17). С. 201-210.
4. Sadurski W. Rights before Courts. A Study of Constitutional Courts in Postcommunist States of Central and Eastern Europe. Springer Science & Business Media. 2005. С. 377
5. Ачкасов В.А. «Политика памяти» как инструмент строительства постсоциалистических наций. Журнал социологии и социальной антропологии. 2013. Т. XVI. № 4. С. 106-123
6. Бойцов М. История закончилась. Забудьте // Культура. 2005. 31-32
7. Штомпка П. Социальное изменение как травма // Социологические исследования. 2001. № 1. С. 6-10.
8. Тощенко Ж.Т. Травма как деформация эволюционного и революционного развития общества (опыт социологического теоретизирования) // Социологические исследования. 2017. № 4. С. 16-26.
9. Lacan J. Ecrits: The First Complete Edition in English (trans. B Fink). New York: W.W. Norton & Company, 2006.

УДК 658.8, ББК 65.053

Т.В. Шаулова, В.Д. Давыдова  
Tatyana Shaulova, Valeria Davydova  
Shaulova63@mail.ru, leri\_davydova@mail.ru

### **Управление в условиях неопределенности: выбор коммуникативных стратегий** **Management under uncertainty: choice of communication strategies**

*Северо-Западный институт управления Российской Академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ*

*North-Western Institute of management of the Russian presidential Academy of national economy and public administration*

Уделено внимание проблемам, с которыми сталкиваются деловые организации в условиях неопределенной внешней среды и способам, которые используются для сохранения доли рынка, прибыльности и привлечения новых клиентов.

Ключевые слова: неопределенность, риск, управление неопределенностью, маркетинговые стратегии, прибыль, клиенты

Attention is paid to the problems faced by business organizations in an uncertain environment and the ways that are used to maintain market share, profitability and attract new customers.

Keywords: uncertainty, risk, uncertainty management, marketing strategies, profit, clients

Ситуация для большей части коммерческих организаций кардинально изменилась: на «смену» процессу принятия решений в условиях определенности и риска, пришла неопределенность, проявляющаяся в том, что априори неизвестно - какое именно состояние внешней среды (из нескольких возможных) окажет существенное влияние на само решение, процесс его принятия и возможные исходы.

Концептуальные подходы к определению неопределенности условно можно представить на направления, связывающие неопределенность с риском и разделяющие эти понятия. Последний, в нашей точки зрения, более перспективный. В рамках подхода подчеркивается, что риск имеет место быть только в тех случаях, когда необходимо принимать решения; риск субъективен, а неопределенность объективна; риск всегда связан с деятельностью. Что касается определения риска, то не представляется целесообразным рассматривать его как потерю, либо как возможность неблагоприятных последствий. Более корректно определять риск как вероятность возникновения или не возникновения какого-либо события; возможность или угрозу, которая может как позитивно, так и негативно сказаться на деятельности организации.

Что касается связи с неопределенностью, то если в результате анализа среды и обработки информации о ситуации и тенденциях ее развития появится возможность сделать заключение о вероятности какого-либо события или «направления» развития ситуации, то из неопределенности «осуществляется переход» в риск. В связи с этим риск - это управление неопределенностью, причем не просто управление воспринимаемыми угрозами, возможностями и их последствиями, но и определение всего множества источников возможностей и угроз и управление ими. В данной ситуации рациональным выбором со стороны любой коммерческой организации будет являться выбор варианта с максимальной ожидаемой полезностью.

В условиях неустойчивости внешней среды и необходимости быстрого реагирования на изменения рынка, а также с учетом того, что основой обеспечения деятельности компании является генерирование прибыли, инвестиции в различные виды маркетинговой деятельности оправданы. Наиболее выгодной «инвестицией», как представляется, будет «инвестиция» в маркетинг взаимоотношений.

В отличие от транзакционного маркетинга, направленного на удовлетворение нужд и потребностей клиента с целью максимизации дохода от каждой единичной сделки, маркетинг взаимоотношений ориентирован на постоянный процесс участия в совместных и партнерских действиях и проектах со стейкхолдерами с целью прибыльного создания или увеличения совместной экономической, социальной и психологической ценностей при снижении издержек. Это - инструмент управления взаимоотношениями с клиентами, нацеленный на получение устойчивой прибыли в долгосрочном периоде, базирующийся на ключевой компетенции, целевых клиентах и равенстве позиций.

В то же время в рамках маркетинга взаимоотношений целесообразно использование пяти типов маркетинговых практик: транзакционного маркетинга

(проведение традиционных маркетинговых мероприятий с использованием стандартного инструментария маркетинга с ориентацией на единичную транзакцию); маркетинга баз данных, обеспечивающего систематизированный сбор информации о клиенте и поддержание клиентской базы, используемой для принятия тактических и стратегических маркетинговых решений; интерактивного маркетинга, опирающегося на персонафицированное общение с клиентом; IT маркетинга, обеспечивающего взаимодействие с клиентом посредством интернет-технологий и сетевого маркетинга как тактических и стратегических действий, направленных на выстраивание и поддержание отношений с многочисленными стейкхолдерами компании, взаимодействующими в сети.

УДК 316.42, ББК С 55.324

Е.В. Головацкий, Е.А. Кранзеева, А.В. Орлова, А.Л. Бурмакина  
Evgeny Golovatsky, Elena Kranzeeva, Anna Orlova, Anna Burmakina  
[xomaik@rambler.ru](mailto:xomaik@rambler.ru), [elkranzeeva@mail.ru](mailto:elkranzeeva@mail.ru), [anniov@bk.ru](mailto:anniov@bk.ru), [anna-sidjakina@rambler.ru](mailto:anna-sidjakina@rambler.ru)

### **Социальные практики мобилизации инициатив населения: перспективы гибридной методологии<sup>1</sup>**

### **Social practices of mobilizing community initiatives: prospects for hybrid methodology**

*Кемеровский государственный университет  
Kemerovo State University*

Мобилизационные процессы в рамках социально-политического взаимодействия позволяют инициировать не только декларируемые проекты развития общества, но также задействовать инициативы населения для решения конкретных проблем развития территорий. Изучение мобилизационного потенциала позволяет формировать представления о запросах населения с учетом общественных инициатив, потенциальных рисков и угроз развития территории. Динамичные социально-коммуникативные практики и новые приемы общественной мобилизации требуют от исследователей пересмотра методологической базы. Социологи ориентируются на применение гибридных методологических подходов. Среди современных методов исследования мобилизации инициатив населения выделяются: сетевые методы социальной диагностики, социоинженерные подходы, а также перспективы построения обучаемых нейросетевых модулей.

Ключевые слова: общественные инициативы, социальная мобилизация, гибридные методы, социологические исследования, местное население, муниципальная власть.

The Mobilization processes within the framework of social and political interaction allow initiating not only the declared projects of the development of society, but also involve the initiatives of the population to solve specific problems of territorial development. The study of mobilization potential allows you to form ideas about the needs of the population, taking into account public initiatives, potential risks and threats to the development of the territory. Dynamic social and communicative practices and new methods of social mobilization require researchers to revise the methodological base. Sociologists focus on the use of hybrid methodological approaches. Among modern methods of research of mobilization of initiatives of the population stand out: network methods of social diagnostics, socio-engineering approaches, as well as prospects for the construction of trained neural network modules.

Key words: community initiatives, social mobilization, hybrid methods, case studies, local people, municipal government.

Участие населения в социально-политическом взаимодействии на территории обеспечивается принципами включенности субъектов интеракции в социальные

---

<sup>1</sup> Статья подготовлена при поддержке гранта РФФИ № 17-33-01108-ОГН\18 «Мобилизация инициатив местного населения в решении социальных проблем территорий».

практики, обновления форм и приемов взаимодействия, структурной и коммуникативной открытости для участников взаимодействия. Динамика и направленность современных социально-политических процессов ориентирует социологов, занимающихся изучением социальных практик мобилизации населения на использование гибридных методов исследования.

Современное общество развивается в направлении построения коммуникативной связанности социальных и политических отношений. Увеличение качества и количества социальных практик, появление новых динамичных коммуникативных систем подразумевает также рост возможностей конкретных граждан в рамках местных сообществ. Тем не менее, социальные практики демонстрируют несовпадение мобилизации инициатив, особенно, связанных с проблемами местного развития и возможностей реализации инициатив населения на конкретных территориях. На наш взгляд, при помощи социологического подхода можно обосновать траектории мобилизации гражданских инициатив для решения социальных проблем территорий в партнерстве с местной властью.

Освоение новых социально-экономических и политических проектов невозможно без использования в поле реализации (по аналогии с полями П. Бурдьё) различных по содержанию и направленности, но в тоже время уникальных по своим ресурсам – инициатив местного населения, конкретных практик социально-политического взаимодействия.

В политической науке мобилизация рассматривается через возможности активистского общества [1], а в социологии реализацию мобилизационных форм обозначают посредством применения взаимодействующими сторонами социально-политических технологий, обеспечивающих связь глобального и локального уровней общественного развития (например, в рамках универсальной социологической теории Н. Лумана) [2]. Так, в работах А. Этциони мобилизационный потенциал общества определяется влиянием глобализации [3].

К. Дойч связывал процессы социальной мобилизации с изменениями, которые проходит значительная часть населения в условиях модернизации. При этом разрушаются старые социальные, экономические и психологические обязательства, и люди готовы быть мобилизованными в новые образцы социализации и поведения, включены в рамки системы [4].

Мобилизационные возможности и ограничения общества в исторической ретроспективе обнаруживают множество приемов граничащих с традиционными, аффективными и рационально ориентированными практиками достижения субъектами взаимодействие поставленной цели [5].

Опыт социально-политического взаимодействия населения и власти, а также эмпирический материал различных социологических исследований накопленные за период 1990-х начала 2000-х годов в российских регионах, позволяет говорить о необходимости перехода ученых и практиков на новый уровень диагностики социальных процессов.

Запросы и заказы населения необходимо рассматривать с учетом практик мобилизации общественных идей на территории, потенциальных рисков и угроз развития территории. Социальные практики мобилизации инициатив населения обусловлены триангуляцией формируемой между позициями органов власти, общественными инициативами, ресурсным обеспечением территории взаимодействия.

Социологическое обоснование выводов и рекомендаций, сопоставление ресурсной обеспеченности и сложности решений по проблемам местного развития, отказ от привычных управленческих принципов инициирования активности «сверху» позволят акцентировать внимание исследователей на динамику перехода от обыденных (повседневных) форм взаимодействия населения с властью (пожеланий, возмущений, требований, заявлений, обращений, писем, скрытых притязаний, опасений и угроз со стороны населения). В результате формируется новый аспект предметной области исследований, заключающийся в сопряженности управленческих и самодеятельных начал в осуществлении муниципальной власти на территории.

«Главным во взаимодействии населения и власти становится гражданский активизм, который нужно рассматривать как встречное движение, базирующееся на исходной нормативно-ценностной системе, общих и дифференцированных интересах, общих угрозах солидарности и безопасности народа и страны» [6, с. 363].

По мнению Н. И. Лапина и ряда отечественных социологов современное социально-политическое состояние российского общества характеризуется наличием деятельного человека, который выступает «как социальный субъект, деятельность которого сопоставима с действиями социальных институтов» [7]. Такой субъект взаимодействия «не только интернализует нормы и ценности общества, но и воздействует на их компоненты в соответствии с новыми потребностями и интересами при непрерывном возрастании (за счёт достижений научно-технологического прогресса) обеспеченности ресурсами как групповой, так и персональной активности» [8].

Мобилизационные схемы могут формироваться с учетом формальных и неформальных, открытых и латентных гражданских позиции.

Также самостоятельную специфику и вес приобретают региональные специфики развития и аккумуляции социальных, интеллектуальных и культурных ресурсов. Разнообразие исходных условий регионального развития и наличие возможностей своевременной поддержки или трансферта возможностей обращают на себя внимание социологов, занимающихся изучением социокультурных особенностей развития российских территорий [9].

Деятельной формой мобилизации населения является протестная деятельность. Данный вид участия заметен в силу деструктивности последствий, общественного резонанса и привлечения публичного внимания. В последнее время участниками социально-политического взаимодействия активно используются «интернет-инструменты» (например, для рекрутинга сторонников или сбора информационных отражений, оценки пользователями тех или иных резонансных политических

событий). Обсуждаемым в русскоязычном сегменте Интернета стал отчет ВЦИОМ по результатам изучения отношения россиян к интернет-пространству. Так, значительная часть россиян отрицательно относятся к доступности в сети политически противоречивого контента, 81 % граждан негативно относятся к антиправительственным призывам, 79 % респондентов отрицательно относятся к сайтам и группам в соцсетях, используемым для организации антиправительственных маршей и демонстраций [10, с. 8]. Важно учитывать, что подобные оценки в сети Интернет подвержены трансформации в силу постоянного обновления пользовательской сети, появления новой генерации молодых пользователей менее склонных к лояльности или предпочитающих тактики избегания и «облачной изоляции».

Д. Фишер и другие исследователи, опираясь на накопленный теоретический опыт и результаты собственного исследования в США, отмечают расширяющиеся возможности Интернета, и его влияющие на изменение способов взаимодействия участников социально-политических протестов. Политические действия становятся более «легкими», быстрыми и универсальными. Речь идет не только о незначительных материальных затратах Интернета, как инструмента мобилизации населения, и снижении барьеров для политического участия, но и об изменении качества взаимодействия между людьми.

Ученые отмечают двоякую роль Интернета: с одной стороны, он усиливает дезинтеграцию местного сообщества, физически изолируя людей друг от друга, но с другой стороны, предоставляет средства для объединения с единомышленниками, которые не являются географически близкими. Появляются новые «близкие» люди на расстоянии. На практике получается, что Интернет не заменяет личные контакты, а насыщает их, предоставляя дополнительные способы объединения активистов в новые формы взаимодействия. Причем, эти люди будут иметь латентную внутреннюю мотивацию для участия в протестных действиях [11].

Полагаем, что необходимо принимать во внимание характер социальных последствий массовых мобилизационных технологий для населения с его повседневными заботами и проблемами, а также учитывать магистральные направления социального развития общества. Отметим, что протестные формы зачастую могут оказаться эффективными в краткосрочной (тактической) перспективе и разрушительными для общества в ситуациях продолжающейся мобилизационной активности населения, когда «страх» и угроза совершения тех или иных форм насилия в обществе могут стать основным инструментом управления общественным и политическим сознанием.

В связи с интенсивной модернизацией и освоением новых коммуникативных практик перед исследователями возникает вопрос приоритетности методологических подходов. Возможна ли замена традиционных, проверенных временем механизмов публичной мобилизации общественных инициатив подвижными, «плавающими» информационно-коммуникативными технологиями? Или возможности информационных технологий не являются самостоятельным ресурсом мобилизации, а

представляют лишь субсидиарную исполнительную часть более общего организационно-управленческого механизма. Осуществляется переход от традиционных форм мобилизации общественных инициатив к применению информационно-коммуникативных технологий (ИКТ) [12].

Отметим наиболее часто применяемых практики мобилизации общественных инициатив. Среди популярных у взаимодействующих сторон мобилизационных практик можно предложить три характерные направления по характеру проявления отношений: директивные управленческие приемы (традиционные административные меры или сетевые практики строгого модерирования); компромиссные практики (соотношение типа: «директива» – «местные возможности» или дружественная многопользовательская среда); и диффузные практики (индивидуальная самоорганизация, гражданский активизм или свободный сетевой поиск подсказок и аналогий).

В частности, ИКТ в перспективе «умных городов» могут быть определены как системы, интегрированные по следующим направлениям (осям) деятельности: умная экономика; умная мобильность; умная среда; умные люди; умная жизнь; и умное управление [13].

Социологами и урбанистами предлагается понятие « сетевого города » – основной модели развития и связности в качестве источника роста и социального развития [14].

По нашему мнению важным вопросом является определение участниками социально-политического взаимодействия приоритетов использования традиционных механизмов и приемов мобилизации или привлечения информационно-коммуникативных технологий.

Социальные сети могут быть использованы как платформа для социально-политической мобилизации в период выборов. Зарубежные ученые среди мобилизационных инструментов социальных сетей указывают: текстовые призывы к действию, команды хэштэга, обмен мобилизующим контентом и частые (интенсивно повторяемые) публикации. Таким образом, благодаря инновационным, интерактивным формам политического участия отдельные мотивированные граждане могут широко распространять мобилизационные призывы к действию и стать влиятельными участниками политических дискуссий наряду с политическими партиями и медиа-элитами [15].

На современном этапе российские информационно-коммуникативные практики взаимодействия населения и власти зачастую выполняются в виде демонстрации частоты коммуникаций населения, т. е. носят заявительный характер. Приоритет количества обращений граждан на сайты и порталы государственных услуг, количество заявок и жалоб, относится современными функционерами к показателям мобилизационной активности. Согласимся, что частота и направленность коммуникативных актов могут служить показателем интереса или остроты социальной проблемы. Однако важно обнаружить качественные характеристики оценки мобилизации, инициативные и эксклюзивные обращения.

В изменяющейся динамике социальных отношений комбинированные, гибридные подходы могут сопровождать развитие ситуации и обозначать мобилизационные перспективы, и выход на возможности применения нейрометодик в социологической диагностике развития общественных и политических инициатив населения.

Социоинженерное сопровождение (мини-технологии) взаимодействия населения и органов власти позволяет исследователям «держать руку на пульсе» развития конкретной ситуации. Однако технологизация социальных и политических отношений должна учитывать динамический характер сопровождаемых социальных процессов. Технологизация социальных процессов может «подминать» упорядочивать нетривиальные идеи и знания, стирать границы между традиционным и новым в содержании общественных инициатив, выравнивать идеи населения без учета их уникальности и индивидуально-личностных ресурсов.

Для применения социоинженерных технологий в сопровождении инициатив населения в группах, трудовых коллективах и организациях (использовании мини-технологий и принципов «мягкой силы») исследователям необходимо принимать во внимание следующие значения:

- представления о характере и содержании трудовой / профессиональной деятельности населения территорий (характер социальных ресурсов);
- специфику социально-политического взаимодействия населения (в зависимости от профиля региона);
- времени и места взаимодействия участников исследуемой структуры (степени свободы «df»-участников взаимодействия, популярные социальные пространства, лимиты времени, хронометраж времени и пр.);
- риски, тяготы и позитивные надежды / ожидания населения;
- перспективное и ретроспективное состояние мобилизационной активности населения;
- возможности применения сторонами-участниками социальных технологий сопровождения / вмешательства.

Существенна роль электронных СМИ и сетевых практик в освещении общественных инициатив, применение новых «быстрых практик» социальной коммуникации.

«Сеть сильнее вертикали. Чем более громоздкой, «железной» становится вертикаль власти, тем чаще она проигрывает «слабым» горизонтальным воздействиям» [16, с. 62]. Новые динамичные практики социально-политической коммуникации требуют применения «мобильной власти», более гибкой и адаптивной по отношению к изменяющимся обстоятельствам.

Мобилизационный потенциал населения может реализовываться в рамках организационно-управленческой и проектной деятельности органов власти, а также формируется самобытно, с учетом местных ресурсов или локальных интересов сообществ.

По результатам исследований мобилизационной активности населения мы получаем сочетание классических опросных методов, проективных методик анализа интернет-аудитории, а также выявляется обширное поле практического применения гибридных методов изучения проблем мобилизации и в целом изменяющейся социальной структуры российского общества.

Мобилизуемая инициатива имеет больше шансов на реализацию, осуществление и освоение не только в кругу инициаторов, но и среди других групп населения, возможен трансферт новых практик.

Мы предлагаем следующие основные варианты реализации инициатив на территориях: 1. Декларативный принцип (подход). Внимание и оснащение реализуемых проектов зависит от установок, спускаемых на территории сверху (от центра регионального или федерального). 2. Срединный (уровневый) подход – преимущественно два варианта развития событий: А). Вариант, когда в соответствии с возможностями выбирается инвариантная основа, остальные проекты поддерживаются и осуществляются по мере ресурсных возможностей; Б). Вариативный подход – поддерживаются различные проекты, интенсивность и направленность изменяется в ходе реализации, возможны трансферты и ситуации замораживания инициатив в пользу других направлений 3. Диффузный подход в распределении проектов (инициатив), когда ресурсы и возможности участников используются хаотично несистемно.

Результаты кафедральных исследований демонстрируют, что при сохранении «традиционных» источников доверительной политической информации происходит формирование новых ниш Интернет-коммуникации и возможностей обсуждения актуальных тем с единомышленниками и коллегами (см. табл. 1). Среди открытых ответов респонденты называют следующее: «Достоверность получаемой информации, вызывает сомнения», «Ничего», «Существует свое мнение», «Все врут», «Лично у меня никакие, то, что хотят скрыть, все равно скроют».

Социальная мобилизация как социальная технология, направлена на активизацию населения, включающей расширение участия населения в процессах принятия решений, мобилизации и управления ресурсами. Осуществляется она через понимание потребностей и проблем всех заинтересованных сторон. По результатам нашего исследования, для решения своих проблем, защиты прав в организации или к определенным людям в 2017 году обращались 12 % от числа опрошенных (n = 393 чел.), в 2018 году – 20,8 % (n = 400 чел.). Обращения граждан были, в основном, в полицию, суд, также остается популярным обращение населения к информации в сети Интернет для поиска вариантов решения проблем.

Своеобразной новой формой мобилизации населения стала разработка стратегии развития Кемеровской области до 2035 года, в рамках которой был создан сайт [<http://кузбасс-2035.рф>], с целью аккумуляции инициативных проектов и предложений по улучшению социально-экономических условий в регионе.

Таблица 1. Источники политической информации, которые заслуживают наибольшего доверия у населения (опрос в Кемеровской области, 2017 г., n = 393 чел.; 2018 г., n = 400 чел.)

<b>Источники информации</b>	<b>2017 г., в %</b>	<b>2018 г., в %</b>
Печатные СМИ	16	14
Телевидение	28,8	24,5
Радио	9,1	7,3
Интернет	24,5	20,5
Публичные выступления политических деятелей	8,8	7,3
Обмен информацией с единомышленниками, коллегами по работе/учебе	7	8,3
Выступления независимых экспертов	-	13,2
Слухи, разговоры в очередях или общественных местах	2,6	3,5
Плакаты, стендовая реклама, информационные табло, лозунги на зданиях и пр.	1,6	1,2
Другое	0,8	-
Ничего	0,8	0,2

Значительным мобилизационным потенциалом на территории обладает молодежь. По итогам социологического исследования проведенного кафедрой социологических наук КемГУ на территории Кемеровской области в мае-июне 2017 года (выборка составила 604 чел.) и посвященного оценке общественных инициатив и социальной активности населения, в котором приняли участие молодые люди в возрасте до 30 лет, 56,3 % опрошенных отмечают использование молодежных инициатив (масштаба: область, район, город). Это, например, инициативы в спорте, самоуправлении, организации досуга, образовании. 40,4 % респондентов подчеркивают способность молодежи выражать свои интересы и направленности с помощью сети Интернет. При этом респонденты (30,6 %) отмечают, что серьезные предложения получают только избранные люди, имеющие близкие родственные связи, а 15,9 % опрошенных считают, что власть и общество замечают только громкие, публичные выступления представителей молодежи.

Деятельностный потенциал населения – существенный индикатор измерения, показывающий вектор вероятных возможностей. Мы предложили респондентам обозначить свои намерения (см. табл. 2).

Устойчивыми приоритетами выборов респондентов выступают: личная мобильность (желание переехать жить в другой город, сменить место работы и возможно освоить новую профессию); и активистская мобильность (выйти на митинг; выступить с предложениями и инициативами к органам власти; обратиться с инициативами к руководству организаций и т. п.).

Таблица 2. Готовность к осуществлению различных действий (оценка по 5-ти бальной системе, где 1 – менее всего готовы, 5 – более всего готовы)

<b>Варианты жизненных решений</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
Переехать жить в другой город	2,9	2,7
Писать жалобы и обращения в вышестоящие инстанции	1,9	2
Вступить в виртуальное политическое сообщество (в сети Интернет)	1,3	1,6
Вступить в политическую партию	1,4	1,6
Выйти на митинг или демонстрацию для отстаивания своей позиции	2	2,2
Выступить с предложениями и инициативами к органам власти	2,1	2,3
Обратиться с инициативами к руководству организации	2,3	2,4
Сменить место работы	2,7	2,6
Освоить новую профессию	3	2,9

На наш взгляд, объединительной платформой для мобилизации молодежи могут стать молодежные организации и движения. В этих условиях важным станет развитие потенциала молодежного лидера, его способностей мобилизовать молодежь и повести за собой для участия в каких-либо инициативных проектах, организациях и движениях для формирования и отстаивания собственных позиций.

Исследуя мобилизационные возможности важно продемонстрировать текущие одобряемые действия населения. Мы уточнили, какие реальные социальные, экономические и политические действия респонденты склонны поддержать и принять участие в их реализации (см. табл. 3).

Респонденты поддерживают высокий уровень одобрения активистских мер, получивших распространение в российской социально-политической жизни (организация субботников, встреч с соседями и близкими людьми, митингами, посвященными российским праздничным датам). Уместно отметить рост проявлений «активизма» населения, включенного в социальные сети и целевые сообщества.

Для исследователей эти сообщества представляют не только огромный практический интерес, но и значительную трудность выявления и освещения их деятельности. Среди оригинальных, пиковых показателей можно назвать создание групп общественного контроля, поиск успешных аналогий решения проблем. Интересной практикой респондентов можно посчитать рост оценки активной позиции, т. е. существенное уменьшение числа респондентов не готовых поддерживать какие-либо инициативы. Мобилизационный интерес населения является динамичной характеристикой социально-политического взаимодействия, общественные инициативы не обусловлены только личными предпочтениями, а используют социальные скрепы, традиции, ресурсы и технологии диалога местного населения, представителей власти, социальных институтов и организаций.

Таблица 3. Возможности улучшения качества жизни, поддерживаемые населением (опрос в Кемеровской области, 2017 г., n = 393 чел.; 2018 г., n = 400 чел.)

<b>Возможности деятельности населения</b>	<b>2017 г., в %</b>	<b>2018 г., в %</b>
Провести субботник по уборке территории	32,8	34,7
Организовать соседей для решения вопросов улучшения жизни дома или дворовой территории	15,4	15,6
Создать группу общественного контроля за работой муниципальных органов	6,3	12,9
Организовать и / или принять участие в митинге	5,3	6,5
Выступать с предложениями об улучшениях в организациях по месту работы	7,2	8,1
Предложить местной власти идеи, проекты для реализации	11,4	10,1
Использовать опыт решения аналогичных проблем другими людьми и организациями	7,2	11,9
Не готов (а) ничего поддерживать	13,8	0,2
Другое	0,8	-

Таким образом, изучение социальных практик мобилизации инициатив населения, позволяет выявить, что на мезоуровне социального взаимодействия существует слабо исследованная ниша. Мобилизационные стратегии макроуровня и низовые общественные инициативы исполняются и аккумулируются в пространстве реальных территорий, городов и социальных организаций. На этом уровне происходят демонстрации индивидуально-личностных и профессионально-бытовых отношений между «своими людьми». Население территории, ресурсы и пространство взаимодействия все вместе составляют пространственно-временную основу развития и поддержания социальных отношений, характер и наполненность этих взаимодействий в значительной мере зависит от мобилизационной активности.

Отметим, что изучение мобилизации требует комплексного, в т.ч. гибридного исследовательского подхода, сочетающего качественную и количественную методологию. Среди перспективных направлений исследования социальной и политической мобилизации населения в совокупности гражданских и властных интересов на территории с учетом реорганизации социологического подхода можно обозначить использование инструментария искусственных нейросетей (ИНС) [17]. Массив данных с множественными количественно-качественными характеристиками для использования обучаемым нейросетевым модулем формируется с целью построения модели региональной социальной и политической мобилизации.

Перспективы и возможности применения аппарата нейронных сетей в социологических исследованиях являются относительно молодым направлением, однако получил развитие в работах отечественных социологов [18].

Основная цель новой гибридной методологии – использование универсальных обучаемых нейросетевых модулей для выявления общих черт и специфики региональной социальной и политической мобилизации в Российской Федерации. Практической стороной реализации направления станет построение гибридной модели социальной и политической мобилизации в регионах РФ на основе сформированного в результате сотрудничества с представителями естественнонаучного направления обучаемого модуля нейронных сетей.

#### Литература

1. Арон Р. Демократия и тоталитаризм. М.: Изд-во «Текст», 1993. 303 с.
2. Луман Н. Социальные системы. Очерк общей теории. СПб.: «Наука», 2007. 641с.
3. Etzioni A. Mobilization as a macrosociological conception // The British journal of sociology. 1968. V.19. № 3. pp. 243-253.
4. Deutsch K. Social Mobilization and Political Development. The American Political Science Review. Vol. 55. No. 3, (Sep., 1961). pp. 493-514.
5. Канетти Э. Масса и власть: пер. с нем. Л. Г. Ионина. М.: Астрель, 2012. 574 с.
6. Шпак Л. Л. Инерционные, адаптивные и мобилизационные начала освоения нововведений // Человеческие ресурсы: проблемы инновационного развития и использования: сб. науч. тр. Вып. 5. Кемерово, 2016. С. 360–365.
7. Лапин Н. И., Беляева Л. А. Регионы в России: социокультурные портреты регионов в общероссийском контексте). М.: Academia, 2009. 806 с.
8. Тихонов А. В., Богданов В. С., Гусейнова К. Э. Гражданская онлайн-экспертиза деятельности региональных систем управления в контексте процессов социокультурной модернизации регионов // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. 2017. № 1 (49). [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/grazhdanskaya-onlayn-ekspertiza-deyatelnosti-regionalnyh-sistem-upravleniya-v-kontekste-protsesov-sotsiokulturnoy-modernizatsii>
9. Lapin N. I. Measuring modernization of Russia's regions and social cultural factors of its strategy. Sotsiologicheskie issledovaniya. No. 9, 2012, pp. 4-24.
10. Нисбет Э. Чего желает общество: стремление россиян к контролю Интернета // Доклад в рамках деятельности Обсерватории Интернет-политики. The SecDev Foundation. Оттава, 2015. [Электронный ресурс]. URL: [https://wciom.ru/fileadmin/file/reports\\_conferences/2015/2015-08-03\\_internet.pdf](https://wciom.ru/fileadmin/file/reports_conferences/2015/2015-08-03_internet.pdf)
11. Fisher D., Boekkooi M. Mobilizing friends and strangers. Information, Communication & Society. Vol. 13, No. 2 (Mar., 2010), pp. 193-208.
12. Постановление Правительства Российской Федерации от 24 мая 2010 г. № 365 «О координации мероприятий по использованию информационно-коммуникационных технологий в деятельности государственных органов» (с изменениями и дополнениями). // Система ГАРАНТ. [Электронный ресурс]. URL: <http://base.garant.ru/198333/#ixzz5WBRAhYf0>
13. Giffinger R., Fertner C., Kramar H., Kalasek R., Pichler-Milanovic N., Meijers E. Smart Cities – Ranking of European Medium-Sized Cities. [Электронный ресурс]. URL: [http://www.smart-cities.eu/download/smart\\_cities\\_final\\_report.pdf](http://www.smart-cities.eu/download/smart_cities_final_report.pdf)
14. Komninos N. Intelligent Cities: Innovation, Knowledge Systems and Digital Spaces. N.Y: Routledge, 2002. 320 p.
15. Segesten A., Bossetta M. A typology of political participation online: how citizens used Twitter to mobilize during the 2015 British general elections. Information communication & society. Vol. 20. No. 11 (Nov., 2017), pp. 1625-1643.
16. Яницкий О. Н. Вертикаль и сеть // Индекс. 2001. № 16. С. 61-65.
17. Garson G. Neural Networks: An Introductory Guide for Social Scientists, N.C.: North Carolina Publ., 1998.
18. Мальцева А. В., Шилкина Н. Е., Махныткина О. В. Datamining в социологии: опыт и перспективы проведения исследования. // Социс. 2016, № 3. С. 35-44.

## **СЕКЦИЯ 5. ЧЕЛОВЕЧЕСКИЕ РЕСУРСЫ, ВЕБ-РЕСУРСЫ И PR-ТЕХНОЛОГИИ В СОЦИОТЕХНИЧЕСКИХ СИСТЕМАХ**

### **SECTION 5. HUMAN RESOURCES, WEB RESOURCES AND PR-TECHNOLOGIES IN SOCIAL ENGINEERING SYSTEMS**

УДК 65.015+165.24, ББК 65.050

О.Э. Иванова  
Olga Ivanova  
74oliva@list.ru

#### **Целесообразность трансформации методологии HRM Advisability of transforming HRM methodology**

*Южно-Уральский государственный гуманитарно-педагогический университет.  
South Ural State University of Humanities and Education*

Постиндустриализм изменяет отношения между человеком и организацией. Данные трансформационные процессы охватывают полный цикл управления человеком в организации, начиная от привлечения человеческих ресурсов и до оценки эффективности HRM. Указанное требует осмысления и пересмотра методологии управления человеческими ресурсами (HRM).

Ключевые слова: методология HRM, организация, человеческие ресурсы, постиндустриализм, эффективность.

Post-industrialism changes the relationship between man and organization. These transformation processes encompass the full cycle of human management in an organization, ranging from attracting human resources to evaluating the effectiveness of HRM. This requires reflection and revision of the human resource management (HRM) methodology.

Keywords: HRM methodology, organization, human resources, post-industrialism, efficiency.

В организации постиндустриализма изменяется система принципов, способов организации и построения теоретической и практической деятельности в сфере HRM. В условиях скоротечности перемен, бурного развития информационных технологий, стремительного роста бизнеса актуализируется практика быстрого найма персонала с характерной виртуализацией рекрутинга, автоматизацией системы найма на основе искусственного интеллекта, с одной стороны, предоставляющие компании конкурентные преимущества, с другой – выявляющие проблемы машинного найма сотрудников. Постоянно изменяющийся мир требует и непрерывного развития профессиональных и социально значимых личностных качеств работника. Необходимостью становится пересмотр подходов к обучению персонала, осуществляемых в рамках реализации концепции обучения на протяжении всей жизни (life-long learning education) – тренда информационного общества, внедрения управленческого консалтинга, включая коучинг и менторство – характерных элементов сферы услуг. Кроме того, развитие информационных технологий позволяет

внедрять on-line курсы, определяющую трансформацию методов обучения с целью повышения качества образования, увеличения прибыли организации и повышения ее конкурентоспособности.

Особое внимание бизнес проявляет к реализации принципа взаимной вовлеченности как эмоционального обязательства сотрудника перед организацией и достижением ее целей [1]. Исследования Gallup 2016 года показали, что вовлеченные сотрудники только по показателю производительности труда превосходят своих отстраненных от целей организации коллег на 17 % [2]. Следовательно, актуальной является разработка методологии вовлеченности сотрудников.

Изменяется и методология оценки эффективности HRM, становясь четкой формализованной процедурой, позволяющей измерить и оценить вклад человека в реализацию стратегии компании не только по классически измеряемым показателям, таким, как производительность труда сотрудников, но и фиксируя количественные значения влияния мотивации и развития персонала на показатели предприятия.

С целью сокращения издержек компании с помощью программных инструментов и аппаратных средств обработки больших объемов информации в Интернет за минимально допустимое для процесса время, в HR-аналитику внедряются Big Data («большие данные»). Данные технологии используют для оценки найма персонала, анализа задач компании, создания модели компетентностей персонала, анализа карты (фотографии) дня работника, анализа оборота рабочей силы и т.п.

Таким образом, целесообразной является трансформация методологии управления человеческими ресурсами, охватывающая полный цикл HRM и развертывающаяся в двух направлениях: изменения классической HR-системы принципов, способов организации и построения теоретической и практической деятельности и внедрения инновационных методов и подходов в HRM, релевантных требованиям и возможностям постиндустриального общества.

#### Литература

1. Kruse, K. What Is Employee Engagement / K. Kruse. – URL: <https://www.forbes.com/sites/kevinkruse/2012/06/22/employee-engagement-what-and-why/#5ea64dc87f37> (дата обращения: 29.07.2018).
2. Five Ways to Improve Employee Engagement Now. – URL: [https://www.gallup.com/workplace/231581/five-ways-improve-employee-engagement.aspx?g\\_source=link\\_WWV9&g\\_medium=related\\_insights\\_tile4&g\\_campaign=item\\_229424&g\\_content=Five%20Ways%20to%20Improve%20Employee%20Engagement%20Now](https://www.gallup.com/workplace/231581/five-ways-improve-employee-engagement.aspx?g_source=link_WWV9&g_medium=related_insights_tile4&g_campaign=item_229424&g_content=Five%20Ways%20to%20Improve%20Employee%20Engagement%20Now) (дата обращения: 11.09.2018.).

## **Оценка интеллектуального капитала в общественных организациях** **Use of assessment of the intellectual capital in public organizations**

*Международный банковский институт*  
*International Banking Institute*

В ходе изучения данного вопроса рассматривается несколько основных аспектов, связанных с учётом интеллектуального капитала: личные компетенции руководителя, частота оценки интеллектуального капитала, возможные последствия и причины невыполнения поставленных задач участниками проектов.

Ключевые слова: интеллектуальный капитал, общественные организации, общество, молодёжь, добровольчество, капитал.

During studying of the matter is considered several main aspects connected taking into account the intellectual capital: personal competences of the head, frequency of assessment of the intellectual capital, possible consequences and reasons not of performance of objectives by participants of projects.

Key word: intellectual capital, public organizations, society, youth, volunteering, capital.

Современное социально-экономическое развитие требует активизации использования интеллектуального капитала [3].

В своём классическом представлении интеллектуальный капитал состоит из следующих компонентов: человеческий капитал, организационный капитал и потребительский капитал [1].

Так, к человеческому капиталу стоит отнести всё то, что напрямую влияет на результаты работы отдельно взятого человека в коллективе: навыки, знания, опыт, творческие и мыслительные способности, моральные ценности, культура труда. Особенно этот капитал важен, когда происходят инновационные внедрения и обновления.

Общественные организации в Российской Федерации являются одной из составляющих развития общества. Большой объём социально значимых направлений реализуются в рамках их деятельности. Главной отличительной особенностью таких организаций является полное или частичное отсутствие бюджетной составляющей их работы. При этом стоит обратить внимание на специфику и разнообразие реализуемых проектов общественными организациями. Есть ряд основных направлений, развитие которых напрямую влияет на состояние различных сфер жизни нашего общества. В целом, общественные организации вносят свой существенный вклад в социально-экономическое развитие страны, регионов, а также отдельных предприятий.

Проведём анализ использования и оценки интеллектуального капитала в работе общественных организаций.

Для проведения исследования была проанализирована работа общественных организаций, целевой аудиторией которой являются обучающиеся высшего и профессионального образования. В ходе анализа результатов опроса было

установлено, что 76,4% опрошенных не знают понятия «интеллектуальный капитал» и только 5,5% знают его. Ещё 3,6% респондентов затруднились дать ответ, а 14,5% ответили, что знают только данный термин. Исходя из этого, можно понять, что сами руководители, которые отвечают за стратегическое развитие организаций, в большинстве случаев, не знают о таком понятии как «интеллектуальный капитал», а значит, и о том, как можно применить методы и результаты его оценки.

В ходе работы с руководителями общественных организаций было проанализировано несколько методов оценки интеллектуального капитала, среди которых особый интерес вызвал SC-методы (методы подсчёта очков). В данном случае идентифицируются различные компоненты интеллектуального капитала, определяются индикаторы и индексы путем подсчета очков или строятся соответствующие графы. Применение данных методов не предполагает получение денежной оценки интеллектуального капитала.

Учитывая полученные результаты, можно сделать вывод, что преимущественное большинство организаций выстраивает свою стратегию развития без учёта интеллектуального капитала. Данный подход может привести впоследствии к тому, что поставленные цели не будут достигнуты, а также к нерациональному использованию различных ресурсов организации.

Именно отсутствие учёта результатов оценки интеллектуального капитала в организации при планировании на всех этапах работы влечёт за собой невыполнение задач. Необходимо грамотно распределять все имеющиеся ресурсы, чтобы получить максимальный результат от работы различных составляющих потенциала организации. В настоящее время знания, в целом интеллектуальный потенциал превращаются в доминанту развития на уровне как территорий, так и организаций, предприятий, являются стимулом к активизации инновационной деятельности [2].

Несмотря на общественно-полезную специфику работы общественных организаций, в том числе для тех, чья целевая аудитория - будущие специалисты различных сфер - использование оценки интеллектуального капитала необходимо для повышения эффективности деятельности.

#### Литература:

1. Багов В.П. Управление интеллектуальным капиталом: учеб. пособие. – М.: ИД «Камерон», 2016. – 248 с.
2. Васин В.А., Миндели Л.Э. На пути к обществу знаний: новые контуры кооперации в научно-инновационной сфере // Инновации. – 2018. - №1. – с.3-11.
3. Супрун, В. А. Интеллектуальный капитал. Главный фактор конкурентоспособности экономики в XXI веке / В.А. Супрун. - М.: Либроком, 2015. - 192 с.

## **PR некоммерческой сферы Public Relations In Social Projects**

*Тверской государственный университет  
Tver State University*

Работа посвящена пиарналистике, обобщает представления о современных способах рекламы и пиара в журналистике, современных нестандартных носителях и особенностях построения текстов.

Ключевые слова: обучаемый, рефлексия, понимание, масс-медиа, журналистика рекламной парадигмы, текстовые компетенции, культура/

The paper is devoted to copywriting in modern PR journalism, sums up ideas of modern means of advertising and PR in journalism, modern non-standard advertising and the characteristics of creation of such texts.

Key words: student, reflexivity, comprehension, mass media, journalism of advertising paradigm, textual competencies, culture.

Показательным в современных условиях является возникновение и бурное развитие такой масс-медийной деятельности, как журналистика рекламной парадигмы, со своими задачами, своей аудиторией и авторами контента (зачастую непрофессионалами).

Мы ставим своей целью рефлексии над целями и средствами обучения дискурсу в такой новой сфере социальной коммуникации, какой является пиарнастика (журналистика по связям с общественностью, журналистика, обеспечивающая общественные и культурные инициативы вниманием общественности), характеризующаяся прежде всего с особым подходом к функциям медиа, а также цифровым этапом, интерактивностью, трансграничностью и конвергентностью своего контента и принципиально новыми фигурантами, задачами, средствами коммуникации, появлением SM-маркетинга.

Наша монография «Пиар социальных инициатив» [1] посвящена публичной пиарналистике некоммерческой сферы, ее технологиям – умению писать и умению организовывать. Обсуждаются пиар художественных проектов, пиара и реклама в туризме, пиар образовательных и научных мероприятий, пиара социальных проектов и общественных организаций, пиар муниципальной власти. Уделяется внимание самопроектированию компетенций специалистов в области публичной пиарналистики. В названии «Пиар социальных инициатив» одинаково важны все три слова. Да, в работе обсуждаются технологии публичной пиарналистики, но равно важными представляются и слова «социальные инициативы» – они отражают желание деятельности, преобразующей социальную действительность, инициативности, которой нам так порой не хватает сегодня, желания предпринимать некоммерческие проекты. Тем самым подчеркивается, что пиар – не только сфера теоретического знания, но и сфера социально осмысленной деятельности, направленной на творческое преобразование повседневности. Работа ставит вопрос о текстовых компетенциях и культурологическом бэкграунде в подготовке такого специалиста.

Предметом многих современных исследований являются модели PR и журналистики и их анализ с точки зрения прежде всего социально-ролевой теории коммуникации. И.М. Дзялошинский, например, выделяет три основных вектора отношения журналистики к аудитории: *влияния (журналистика управления), информирования (рыночная журналистика) и соучастия (гражданская журналистика)*. В первых двух случаях журналист отчужден от аудитории и воспринимает её объектом воздействия. В третьем случае журналист и аудитория - равноправные субъекты взаимоотношений. Во втором случае «рыночная журналистика» приближается к практике продаж товаров и услуг. В этой модели она представляет собой различные формы работы с информацией в сфере массовых коммуникаций. Пиарналистика в некоммерческой сфере выполняет одновременно задачи информирования и соучастия.

Ключевыми компетенциями пиарщика являются умение создавать материалы и умение организовывать. При этом сферы применения технологий пиара различны. По сути, паблик рилейшнз - это несколько видов профессиональной деятельности, объединенные сходными технологиями и задачами: *GR, investor relations, corporate relations, media relations, special events, image making, crisis management, message management, государственный пиар, политический пиар*. Так, например, различаются виды ивентов, организуемые в различных подотраслях пиара. Общность технологий пиара может проследиваться в создании тождественных документов: пресс-релиз, спонсорский пакет, приглашение, пресс-кит, итоговый отчет. При обучении нельзя ограничиваться лишь жанром пресс-релиза, одинаково важны *все информационные материалы паблик рилейшнз – бэкграундер, пресс-релиз, медиа-кит, feature, case history, by-liner, round-up article, заявление интервью, репортаж*. Важно не только создать пресс-релиз, но и способствовать распространению информации.

Среди собственно рекламных жанров особенный интерес вызывает реклама в Интернете - медийная реклама, баннер, гиперссылка, анимированная реклама, поисковая интернет-реклама, создание профильного аккаунта, группы, кампании, геоконтекстная реклама (location-based advertising), вирусная реклама, rich media, pop-up windows, pop-under, открывающиеся дополнительные вкладки, сайты-визитки.

Интерес к рекламе в новых медиа не отменяет мастерства в рекламе в медиа старых, заслуженных. Так, например, понимания требуют особенности радиорекламы как фрагмента жизни или минипьесы, истории, связанной с программированным событием и демонстрирующей его социальную и личностную полезность, «рекомендацию» эксперта или популярной персоны, относящегося к программируемому мероприятию, интервью с идеологами, организаторами, активными участниками мероприятия, рекламные стихи и песенки. Это уже вполне речемыслительные умения.

Литература:

1. А.Б. Бушев. PR социальных инициатив. Монография. Lambert Academic Publishing, 2018. 287с.

**Сетевые технологии социально-политических взаимодействий**  
**Network technologies of social and political interactions**

*Санкт-Петербургский Политехнический университет Петра Великого*  
*Peter the Great St. Petersburg State Polytechnic University*

Статья посвящена проблемам модернизации политической реальности и технологий политического участия. Подчеркивается важность учета обратной связи во взаимодействии органов государственной власти и граждан. Отмечаются тенденции к расширению сетевого характера политической коммуникации, изменению параметров диалога и в оценках трансформации политической системы.

Ключевые слова: сетевые технологии, коммуникативная среда, политическая коммуникация, диалог, обратная связь, политическое участие.

The article is devoted to the problems of modernization of political reality and technology of political participation. The importance of taking feedback into account in the interaction of state authorities and citizens is emphasized. There are tendencies to expanding the network nature of political communication, changing the parameters of the dialogue in assessing the transformation of the political system.

Keywords: network technologies, communicative environment, political communication, dialogue, feedback, political participation.

Параметры современной информационно-коммуникативной среды влияют на политические процессы, что выражается не только в динамизме политических перемен, многопартийности и политическом плюрализме, но и в политических кризисах, вызванных борьбой за власть, в сетевизации политического участия, увеличении потребности использования каналов «обратной связи». Обратная связь должна играть в политической системе стабилизирующую роль [1; 16].

Системный анализ механизмов обеспечения эффективности политической практики в современных социотехнических системах и социокультурных средах [2] становится актуальным направлением изучения трансформаций общества [3]. Возможности корреляции характера деятельности институтов государственной власти, стимулируют процессы демократизации общества. В этих условиях существующие традиционные институты как представительства интересов масс, так и обеспечения обратной связи между государством и гражданским обществом теряют свою эффективность [4, С. 490].

Мобильные интернет-технологии затронули широкий спектр политических отношений и коммуникаций. Отдельные граждане и многочисленные группы интересов получили право голоса и каналы обратной связи при принятии решений по общим вопросам жизни общества. ИКТ воспринимаются как инструмент, позволяющий открыто выразить свои взгляды включенным в них людям. Возникают площадки, где происходят рекрутинг и объединение активистов, например, на

многочисленных сайтах общественных петиций. Общество использует сетевые ресурсы как средство мобилизации активности людей [5].

Сегодня политическая коммуникация переместилась в «on-line» пространство. Используя интернет-технологии, граждане могут участвовать в коммуникационном процессе с властью и, таким образом, принимать участие в публичном обсуждении и реализации властных решений. Присутствие в публичном пространстве Интернета усиливает ориентацию на сетевое нормирование коммуникации и регламентацию ролевых взаимодействий [6, С. 26]. Методы политического интернет-общения разнообразны: политическая реклама, блоги и форумы политических партий, лидеров движений и институтов гражданского общества, web-сайты и др. Именно коммуникативное пространство Интернета не умогнительно, существует независимо от отдельного индивида или группы лиц и является сферой активной независимой деятельности огромного числа индивидов [7, С. 125].

Новые механизмы и технологии участия граждан в управлении государственными и общественными делами предполагают использование сетевой среды для развертывания широких дискуссий, которые обеспечивали бы принятие эффективных и взвешенных политических решений, действительно отвечающих потребностям общества [8]. В процессе развития электронные сетевые технологии становятся и основой управления информацией, и механизмом социальных взаимодействий [9], и универсальным средством политической коммуникации [10]. Политическая активность, эмоциональный отклик, мысли и убеждения каждого встроены семантически в коммуникативное пространство общества, которое образует невидимую сеть, проявляя себя явно в языковых и технических процессах передачи информации, но еще более неявно – на уровне трансляции смыслов и эмоциональных установок. Направить в нужное русло процесс признания власти с ее установками и неизбежными ограничениями – главная практическая задача политического управления [11, С. 26].

С помощью масс-медиа индивиды и социальные группы транслируют свое представление о реальности взаимодействий, нормах взаимоотношений, дают оценку событиям и явлениям действительности. Массовая коммуникация помогает индивидам структурировать и обосновывать мнение, убеждение и накапливать социальный опыт. Власти и гражданское общество через рекламу [12], в том числе через политическую рекламу [13], могут выражать «озабоченность» по общим вопросам, в том числе по поводу «острых» проблем.

Современные субъект-субъектные связи в структуре политической коммуникации можно охарактеризовать как явные и неявные по степени открытости и дискретные по характеру участия в них конкретных акторов, не имеющих прямого отношения к власти [14, С. 221]. Легитимность государственного управления основывается на соблюдении трех коммуникационных условий: во-первых, формирование повестки дня деятельности органов власти; во-вторых, наличие коммуникации по поводу процедуры принятия решений; в-третьих, это наличие

обратной связи, то есть коммуникации по поводу результативности принятых решений [15].

Изучение воздействия ИКТ на политическую систему позволяет сделать выводы о том, что с помощью новых ИКТ граждане стали более политизированными и через современные информационные механизмы взаимодействуют с государственными институтами и органами местного самоуправления. Но в будущем ИКТ могут негативно повлиять на традиционные демократические механизмы участия граждан, более того, создается новый разрыв между гражданами, использующими и не использующими ИКТ, что диффузно влияет на общество [16].

В рамках сети доминирующей формой коммуникации становится диалог, как равнонаправленный информационный поток. Современное коммуникативное пространство, формируемое новыми технологиями, в значительной степени меняет особенности диалоговой коммуникации: временные, пространственные, языковые и социальные рамки стираются. Информационно-коммуникационные технологии воспринимаются как инструмент, позволяющий открыто выражать свои взгляды включенным в них людям [17, С. 146]. Более того, параметры времени повышают интерес к человеку, его личностной ориентации и институциональных условий, которые в совокупности способствуют или препятствуют протекающим изменениям и «какой нормативно-ценностный образец взять за основу для передачи последующим поколениям» [18, С. 85]. Диапазоны социальных изменений увеличили потребность человека в поиске инструментов и механизмов управления коммуникационными процессами [19].

В России онлайн-технологии получают все большее признание и распространение в качестве эффективного метода политических кампаний, информационного канала власти и общества, а также как средство политической борьбы [20, с. 179-180]. В процессе развития электронные сетевые технологии становятся и основой управления информацией, и механизмом социальных взаимодействий [11]. Это делает возможным как модернизацию уже существующих, традиционных форм диалога властных структур с гражданами, так и появление качественного нового типа властных отношений – электронного правительства (e-government) и электронной демократии (e-democracy).

Настойчивый поиск качественной определенности взаимодействий государственной власти и граждан актуализирует проблему духовного и ментального дискурса в развитии человека, который особенно важен в условиях глобализации и технико-технологических перемен. Условия сетевого формата общения и обмена мнениями и информацией между людьми способствуют закреплению горизонтальной иерархии социального взаимодействия, как наиболее эффективной системы регуляции политических отношений. Рост горизонтально интегрированных систем коммуникации позволил широкому слою населения участвовать в политике [21].

#### Литература

1. Евсеева Л.И., Шипунова О.Д., Тараканова Т.С. Технологии «обратной связи» в политике в условиях модернизирующегося общества // Социальная несправедливость в

- социологическом измерении: вызовы современного мира Сборник материалов. М.: МАКС Пресс, 2018. С. 303-305.
2. Шипунова О.Д., Коломейцев И.В. Социотехническая система и социокультурная среда в современном обществе // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Гуманитарные и общественные науки. 2010. Т.1. № 105. С. 15-21.
  3. Tanova A.G., Popov D.G., Fokina V.V., Evseeva L.I. Problems and prospects of information and communication technologies as political communication element // THE EUROPEAN PROCEEDINGS OF SOCIAL AND BEHAVIOURAL SCIENCES. Future Academy. 2017. pp. 1339-1346. DOI: <http://dx.doi.org/10.15405/epsbs.2018.02.157>
  4. Шипунова О.Д., Евсева Л.И. Тренды политического участия в сетевом обществе // ЧЕТВЕРТАЯ ПРОМЫШЛЕННАЯ РЕВОЛЮЦИЯ: РЕАЛИИ И СОВРЕМЕННЫЕ ВЫЗОВЫ. X ЮБИЛЕЙНЫЕ САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЕ СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ ЧТЕНИЯ сборник материалов Международной научной конференции. СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2018. С. 488-491.
  5. Обухова Ю.О., Евсева Л.И., Танова А.Г. Новые технологии коммуникации в восприятии современного человека // Теория и практика общественного развития. 2017. № 12. С. 43-47. DOI: 10.24158/tipor.2017.12.9
  6. Евсева Л.И., Евсеев В.В. Проблема социальной адаптации человека в новых коммуникативных средах // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Гуманитарные и общественные науки. 2017. Т. 8, № 2. С. 20–30. DOI : 10.18721/JHSS.8202
  7. Быльева Д.С. Сеть интернет как новый тип пространства // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Гуманитарные и общественные науки. 2016. № 2 (244). С. 124-130. DOI 10.5862/JHSS.244.15
  8. Барахоев Р.И. Стратегии сотрудничества общества и власти в условиях делиберативной кибердемократии: концепция и перспективы развития // Вестник РГГУ. Политология. История. Международные отношения. Зарубежное регионоведение. Востоковедение. 2017. № 1 (7). С. 63-70.
  9. Евсева Л.И., Тараканова Т.С., Хатанзейский К.К. Политическая коммуникация в социотехнических средах // Коммуникативные стратегии информационного общества Труды IX Международной научно-теоретической конференции. СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2017. С. 212-213.
  10. Башкарев А.А. Электронная демократия как форма политической коммуникации // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. 2008. № 69. С. 25-29.
  11. Тимерманис И.Е., Евсева Л.И., Шипунова О.Д. Коммуникативное пространство легитимации политической системы в условиях сетевого общества // Вестник РГГУ. Серия: Политология. История. Международные отношения. Зарубежное регионоведение. Востоковедение. 2015. № 6 (149). С. 26-35.
  12. Тростинская И.Р. Тенденции развития рынка интернет-рекламы в России // Технологии PR и рекламы в современном обществе: Материалы XII Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2017. С. 195- 199.
  13. Быльева Д.С. Роль политической рекламы в современном обществе // Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена. 2008. № 70-1. С. 104-110.
  14. Тараканова Т.С., Евсева Л.И. Политическая коммуникация в условиях трансформирующейся общественной системы // Технологии PR и рекламы в современном обществе Печатается по решению Совета по издательской деятельности Ученого совета Санкт-Петербургского политехнического университета Петра Великого. СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2018. С. 216-222.
  15. Evseeva L.I., Bashkarev A.A., Pozdeeva E.G., Tarakanova T.S. Technologies of political system modernization in new communicative environments // THE EUROPEAN PROCEEDINGS OF SOCIAL AND BEHAVIOURAL SCIENCES. Future Academy. 2017. pp. 349-356. DOI: <http://dx.doi.org/10.15405/epsbs.2018.02.41>

16. Evseeva L.I., Obukhova Yu.O., Tanova A.G. Network technologies and the new perception of communication // 4th International multidisciplinary scientific conference on social sciences & arts sgem 2017. № 6-1. Сер. "Science and Arts" 2017. Vienna, Austria, 2017. С. 57-64 DOI: 10.5593/sgemsocial2017NB61
17. Башкарев А.А., Евсеев В.В. Сетевые технологии и их влияние на параметры жизнедеятельности человека и общественной среды // ЧЕТВЕРТАЯ ПРОМЫШЛЕННАЯ РЕВОЛЮЦИЯ: РЕАЛИИ И СОВРЕМЕННЫЕ ВЫЗОВЫ. X ЮБИЛЕЙНЫЕ САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЕ СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ ЧТЕНИЯ сборник материалов Международной научной конференции. СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2018. С. 144-147.
18. Поздеева Е.Г. Постсоветская реальность: проблема личностного типа // Коммуникативные среды информационного общества: Тренды и традиции Труды Международной научно-теоретической конференции / Ответственный за выпуск О.Д. Шипунова. СПб: Изд-во Политехн. ун-та, 2016. С. 85-86.
19. Евсеева Л.И. Потенциал человека и проектная модель образования // Здоровье — основа человеческого потенциала: проблемы и пути их решения. СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2017. Т.12. № 1.С. 211–212.
20. Танова А.Г., Евсеева Л.И. Информационные технологии в политике // Технологии PR и рекламы в современном обществе: Материалы XII Всероссийской научно-практической конференции с международным участием - СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2017. С. 177-183.
21. Shipunova O.D., Timermanis I.E., Evseeva L.I. Political System Legitimation in Network Society // Review of European Studies. 2014. Vol. 6. No. 4. Published by Canadian Center of Science and Education. Pp. 69-73. doi:10.5539/res.v6n4p69

УДК 316.772.5 659.1.011.1, ББК 76.0. 65.47

С.А. Глазкова  
Svetlana Glazkova  
svetlagl@mail.ru

## **Рекламные коммуникации в новых медиа: проблема адаптации языка** **Advertising Communications in New Media: A Problem of adaptation of Language**

*Санкт-Петербургский государственный университет кино и телевидения.  
St. Petersburg State University of Film and Television*

Развитие новых медиа сопровождается активной экспансией рекламных коммуникаций в эту медийную среду. Принципы новых медиа с успехом используется рекламой: персонализация рекламного контента для пользователя, участие пользователя в создании (мемы) и распространении вирусного рекламного контента. Однако следующей серьезной проблемой для рекламной коммуникации станет действительно полное освоение особенностей языка новых медиа, которое потребует непростых решений от рекламодателей.

Ключевые слова: новые медиа, рекламные коммуникации, пользовательский контент, язык новых медиа.

The development of new media is accompanied by an active expansion of advertising communications in this media environment. The principles of new media are successfully used by advertising: personalization of advertising content for the user, user participation in the creation (internet meme) and distribution of viral advertising content. The next major problem for advertising communications will be the real full development of the features of the language of new media, which will require more uneasy decisions from advertisers.

Keywords: new media, advertising communications, customer generated content, new media's language.

Понятие «новые медиа» объединяет довольно широкий спектр средств массовых коммуникаций. Обычно к ним относят медиа, основывающиеся на интерактивных теле-компьютерных мультимедийных средствах связи, то есть «электронные цифровые медиа»: Интернет-СМИ и ресурсы, компьютерные игры, цифровые

фильмы и фотографии, мобильная телефония и виртуальный мир [3]. Л. Манович говорит о сферах функционирования новых медиа: веб-сайты, виртуальные миры (трехмерные интерактивные среды, созданные на компьютере), виртуальная реальность, мультимедиа, компьютерные игры, интерактивные инсталляции, компьютерная анимация, цифровое видео и кино, человеко-машинные интерфейсы [2; с.39]. Необходимо добавить в этот список социальные медиа, которые хотя уже находятся в числе цифровых медиа, но представляют особый подвид новых медиа, поскольку содержат по большей части контент, генерированный самими пользователями (пользовательский контент).

Рекламная коммуникация сегодня представлена во всем спектре цифровых медийных технологий. Во-первых, она доставляется в интернет-среде, в том числе мобильной, как любой другой контент: в широком разнообразии форм: баннеры, видео-ролики, контекстная и нативная формы рекламы. Реклама обжила пространства компьютерных игр и виртуальных миров, где функционирует по аналогии с оффлайн реальностью – как часть окружающей среды играющих. Возможности технологии дополненной реальности (augmented reality) также довольно быстро были использованы в рекламе, привязанной к мобильным цифровым девайсам (реклама с помощью QR-кодов). Таким образом, основные специфические признаки новых медиа, такие как мультимедийность, интерактивность и свойства гипертекста воспроизводятся и в рекламной коммуникации в новых медиа.

Реклама в социальных медиа генерируют собственный контент, модифицируют его и используют вирусные механизмы его распространения. Контент перестает быть подконтрольным своему производителю (будь то организация или индивидуум) и продолжает воспроизводиться под управлением многих [1]. На этом построена вся вирусная реклама: пользователи распространяют коммерческие видео-ролики и мемы, как индивидуального, так и корпоративного авторства.

Казалось бы, рекламная коммуникация демонстрирует эффективное взаимодействие с новой медийной средой. Однако более глубокий взгляд на особенности языка новых медиа позволяет увидеть отставание и неизбежный консерватизм рекламы в отношении новых медиа. Этот более глубокий взгляд предлагает Л.Манович, акцентируя внимание на следующих принципах новых медиа: цифровой репрезентации, модульности, автоматизации, вариативности и культурном транскодинге. [2; с.84-85]. Важно отметить, что все эти принципы реализуются почти всегда в совокупности. И это делает новые медиа непредсказуемыми. «Объект новых медиа не является чем-то завершенным: он может существовать в разных и потенциально бесконечных версиях». [2; с.70]. В противовес обычным (conventional) медиа, создающих многочисленные идентичные копии самих себя (тиражирование), новые медиа устроены так, что позволяют создавать «множество разных версий себя». И здесь рекламная коммуникация персонализируется, благодаря автоматизму и модульности контента, она подстраивается под информационные запросы конкретного пользователя (на основе истории его поисковых запросов и посещений

сайтов) и выдает ему его уникальную персональную подборку рекламных материалов. Но не более того.

Проблема в том, что сам текст рекламных объявлений все равно будет оставаться профессиональным контентом и, главное, - неизменяемым. Тогда как сами новые медиа «вариативны, изменчивы и текучи». Иными словами, рекламное сообщение создается в неизменной форме и является корпоративной собственностью. Его маркетинговые и творческие/ креативные элементы, такие как: слоган, товарная информация, заявление о товаре, визуальный образ, идентификаторы торговой марки и компании, - утверждены и неизменны. Неизменной остается и сама композиционная структура рекламного материала. Причина – коммерческий интерес собственника рекламной информации.

Таким образом, корпорации активны в плане использования новых медийных технологий, но консервативны в том, что касается радикальных изменений языка рекламы, поскольку это грозит им утратой монополии на коммерческий контент.

Рекламные материалы в потоке «изменчивых, вариативных и текучих» новых медиа остаются монолитными неизменяемыми единицами информации. Это делает их чужеродными, захламляющими медийный ландшафт, ведь с ними нельзя взаимодействовать иными способами, кроме прямой покупательской реакции либо полного их элиминирования с помощью противорекламных фильтров в браузере компьютера. Рекламная коммуникация должна будет адаптировать свой язык к основополагающим особенностям языка новых медиа, если хочет полноценно развиваться вместе с ними.

Литература:

1. Дзялошинский И.М. Медиапространство России: коммуникационные стратегии социальных институтов. – М.: Издательство АПК и ППРО, 2013. - 479 с.
2. Манович Л. Язык новых медиа. – М.: АД МАРГИНЕМ ПРЕСС, 2018. – 400 с.
3. Стинс О., Ван Фухт Д. . Новые медиа // Вестник ВолГУ, Серия 8, вып. 7, 2008, с.98-106.

УДК 316.444, ББК 60.53

Е.А. Камышина  
Elena Kamyshina  
kamyshina.elena@gmail.com

### **Социальная динамика карьерных траекторий в рамках теории поколений Social dynamics of the career paths within the framework of the theory of generations**

*Санкт-Петербургский государственный электротехнический университет  
St. Petersburg State Electrotechnical University*

Социальная динамика в XXI веке в поиске карьерных траекторий. Изменчивый мир, поиск смысла, смена позиций.

Ключевые слова: теория поколений, социальная динамика, карьера, траектория, перемены

Social dynamics in the XXI century in the search for career trajectories. A mutable world, in a claim of meaning, a change of positions.

Keywords: theory of generations, social dynamics, career, path, change

В современной России XXI века социальная динамика карьерных траекторий во многом отражает перемены в обществе в целом. Среди уже существующих социальных факторов, влияющих на карьерные траектории, таких как физическая среда (регион), население, диффузия между социальными слоями, можно выделить и новые факторы. К ним относятся: вопрос смысла (т.е. не задача «получить работу», а вопрос «зачем?»), влияние инноваций (как технологических, так и социальных), запрос на развитие определенных компетенций и нестандартный подход к решению задач, глобализация (свобода обмена мнениями между странами, передвижение, обучение за рубежом). В совокупности, эти новые социальные факторы специфически влияют на поколение, которое выходит на рынок в поиске работы.

Уильям Штраус и Нил Хоув выделяют 6 поколений в XX и XXI веке: Величайшее поколение (1900-1923 гг.), Молчаливое поколение (1923-1943 гг.), Беби-бумеры (1943-1963 гг.), Поколение X (1963-1984 гг.), Поколение Y или поколение Миллениума (1984-2000 гг.) и Поколение Z (2000 гг.) [1]. Современные социологические факторы, в основном, оказывают влияние на последние три поколения. К Поколению Беби-бумеров относятся уже сформировавшиеся и нашедшие свое место в обществе люди. Среди работодателей есть запрос на определенные компетенции, которыми должен обладать сотрудник уровня управления. К ним относятся [2]:

1. Взаимодействие и сотрудничество с другими людьми
2. Мышление и решение проблем
3. Обучаемость и открытость новому
4. Инновационность и креативность
5. Цифровые знания и навыки
6. Осознанность и управление собой
7. Междисциплинарное и межкультурное взаимодействие
8. Управление (людьми, проектами, процессами, ресурсами)
9. Этичность и социальная ответственность
10. Ориентация на достижение результата

Выбор поколением Z карьерной траектории происходит уже с осознанием того, на что есть запрос в современном мире. Но поколение Миллениума в России собрало в себе, и опыт советского прошлого, и активно меняющееся настоящее. На данном этапе развития общества, важным условием становится достижение чувства комфорта в условиях постоянных изменений. Если для поколения X тяжело и непривычно обращаться к таким источникам информации, как видео в интернете, то для поколения Z – это естественная форма получения новых знаний. Таких примеров становится все больше. И их нельзя не учитывать, к примеру, в образовательной деятельности, в подборе сотрудников на позицию, в анализе рынка потребителей.

В зависимости от того, о каком поколении идет речь, выделяют отличительные характеристики, свойственные всему поколению в целом. Поколению X свойственна самостоятельность, независимость и возможность самореализовываться [3].

Поколение Y хочет заниматься той работой, которая интересна и приносит моральное удовлетворение. Поколение Z – прагматичное поколение, при этом ценности компании должны соответствовать внутренним ценностям соискателя.

Таким образом, в России складывается общество, где карьерные траектории сотрудников организаций могут иметь различные вектора. Это связано с:

- Новыми интерпретациями уже существовавших ранее социальных факторов
- Появлением новых социальных факторов, оказывающих воздействие на карьерные траектории
- Стремительными переменами
- Разницей в подходах к жизни среди поколений
- Запросами на определенные компетенции среди работодателей.

Литература:

1. N. Howe, Strauss W. Generations: The History of America's Future, 1584 to 2069 // William Morrow & Company. 1991.
2. Безручко П., Шатров Ю., Максимова М. Компетенции неясного будущего [Электронный ресурс] // Harvard Business Review Россия: Профессиональный и личностный рост, 15 мая 2018 г. URL: <https://hbr-russia.ru/karera/professionalnyy-i-lichnostnyy-rost/p26131/>
3. Прокофьева И. Теория поколений: чего хотят от работы представители поколений X, Y и Z [Электронный ресурс] // Happy Monday Talks: Практикум, 16 мая 2018 г. URL: <https://talks.happymonday.com.ua/teorija-pokolenij/>

УДК 658.64, ББК 65.05

Ю.Р. Тугуз<sup>1</sup>, Н.Н. Филин<sup>1</sup>, Р.М Булатова<sup>1</sup>,  
В.И. Баранов<sup>1</sup>, Т.Н. Михненко<sup>1</sup>, А.Е. Тугуз<sup>2</sup>  
Yuri Tuguz, Nikolay Filin, Rayhana Bulatova,  
Vasily Baranov, Tatiana Mikhnenko, Alice Tuguz  
tuguz@list.ru, filinxnn@yandex.com, bulatova\_rm@mail.ru,  
Viktoria15@bk.ru, mihnenkotn@mail.ru, tuguzka@mail.ru

## **Модель инновационного развития субъектов социально-экономической системы The model of innovative development of subjects of socio-economic system**

*Ростовский государственный экономический университет<sup>1</sup>  
Донской государственный технический университет<sup>2</sup>  
Rostov state economic university  
Don State Technical University*

В работе на базе концепции циклического развития организации [1] предложена модель развития субъектов социально-экономической системы, включающая инновационную составляющую. В средах с повышенной степенью неопределённости развитие социально-экономических систем носит скорее хаотический характер, характерный для эпох больших перемен. Стабильные рыночные условия предполагают развитие субъектов рынка по вполне предсказуемым законам. В реальности существует множество факторов влияния нерыночной природы, которые являются источником замедления или ускорения развития той или иной области жизни и деятельности общества, тем самым обеспечивая согласованность интересов всех участников социально-экономической системы. Такое регулирование обеспечивает устойчивость инновационной составляющей развития субъектов всех уровней системы.

Ключевые слова: организация, социально-экономическая система, модель развития, инновация.

In the work on the basis of the concept of cyclic development of the organization [1] the model of development of subjects of socio-economic system, including an innovative component. In environments with a high degree of uncertainty, the development of socio-economic systems is rather chaotic, characteristic of the era of great change. Stable market conditions presuppose the development of market participants according to predictable laws. In reality, there are many factors of influence of non-market nature, which are a source of slowing or accelerating the development of a particular area of life and activity of society, thereby ensuring consistency of interests of all participants of the socio-economic system. This regulation ensures the sustainability of the innovative component of the development of subjects at all levels of the system.

Key words: organization, socio-economic system, development model, innovation.

Ранее в работе [1] в развитие идей Л. Грейнера и И. Адизеса была предложена концепция циклического развития организации. Было введено пространство возможных состояний организации, которое условно разбито на четыре области «А», «В», «С» и «D».

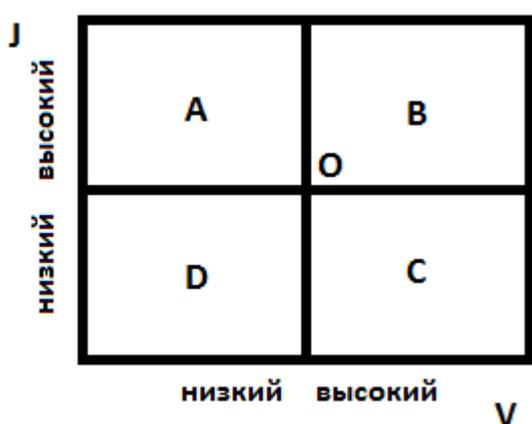


Рис. 1. Пространство функционирования организации: если  $dt$  – время, то  $v$  ( $dt \sim 1/v$ ) – скорость доступа к информации;  $J$  – уровень используемых технологий [1].

Области «А» и «D», представленные на рисунке 1 характеризуются большим временем доступа к актуальной информации. Однако по оси «уровень используемых технологий» области «D» соответствует низкая степень использования или низкий уровень используемых ИТ (например, госучреждения). В то же время в области «А» организации для получения актуальной информации используют предельные возможности ИТ (например, научные учреждения).

Области «В» и «С» характеризуются малым временем доступа к актуальной информации. Для области В характерна близкая к предельной степени использования современных ИТ (например, инновационный бизнес, производство средств производства), то для области «С» напротив норма недоиспользование возможностей ИТ (например, торговля, производство продукции для конечного потребления).

В средах с повышенной степенью неопределённости, при наличии нерыночных рычагов разной направленности развитие социально-экономических систем носит скорее хаотический характер, характерный для эпох больших перемен. Если же рассматривать другую крайность: стабильные рыночные условия, - то субъекты рынка подчиняются вполне предсказуемым законам. Модели развития [2, 3] вполне подходят под описание этой ситуации. Их можно рассматривать, как частный случай

движения по разворачивающейся спирали из центра «О» зарождения бизнеса (точки бифуркации) при стабильных рыночных условиях.

В реальности существует множество факторов влияния нерыночной природы (имеющие, например, отношение к государственной надстройке), которые являются источником замедления или ускорения развития той или иной области жизни и деятельности общества, тем самым обеспечивая согласованность интересов всех участников социально-экономической системы.

Такое регулирование обеспечивает устойчивость инновационной составляющей развития субъектов всех уровней системы: инновационный бизнес, производство средств производства; торговля, производство продукции для конечного потребления; госучреждения; научные учреждения.

Эта модель может быть использована для описания и оценки инновационной активности социально-экономических систем различных отраслей, масштаба, форм собственности и др.

#### Литература

1. Тугуз Ю.Р., Булатова Р.М., Витченко О.В., Филин Н.Н. Модель циклического развития организации. // *Фундаментальные исследования*. – 2015. – № 7-3. – С. 636-640; URL: <http://fundamental-research.ru/ru/article/view?id=38793> (дата обращения: 19.10.2018).
2. Мироненко Ю.Д., Тереханов А. К. Организационное развитие компании. URL: <http://logolex.kiev.ua/articles/15/859/> (дата обращения: 19.10.2018).
3. Larry E. Greiner, Patterns of Organization Change // *Harvard Business Review*, May – June, 1967.

УДК 658.64, ББК 65.05

Н.Н. Филин<sup>1</sup>, Р.М. Булатова<sup>1</sup>, Ю.Р. Тугуз<sup>1</sup>,  
В.И. Баранов<sup>1</sup>, Т.Н. Михненко<sup>1</sup>, А.Е. Тугуз<sup>2</sup>  
Yuri Tuguz, Nikolay Filin, Rayhana Bulatova,  
Vasily Baranov, Tatiana Mikhnenko, Alice Tuguz  
tuguz@list.ru, filinxnn@yandex.com, bulatova\_rm@mail.ru,  
Viktoria15@bk.ru, mihnenkotn@mail.ru, tuguzka@mail.ru

### **Траектория развития организации в информационном пространстве The trajectory of the organization in the information space**

*Ростовский государственный экономический университет<sup>1</sup>  
Донской государственный технический университет<sup>2</sup>  
Rostov state economic university  
Don State Technical University*

В статье даны определения и интерпретация таких понятий как информационное пространство и информационная среда в сопоставлении с внешней и внутренней средой организации. Понятие информационная среда включает в себя не только все что непосредственно связано с информационными технологиями, но также и артефакты деятельности цивилизации. Именно в таком сочетании можно говорить об информационном пространстве как вместилище деятельности социально-экономических систем. С учетом отмеченных особенностей информационного окружения организации рассмотрены вопросы моделирования траектории ее развития в двумерном континууме (время доступа к актуальной информации, уровень используемых технологий) и ограниченном множестве устойчивых состояний, которые называют фазами развития.

Ключевые слова: организация, информационное пространство, модель развития, траектория, фаза развития

The article provides definitions and interpretation of such concepts as information space and information environment in comparison with the external and internal environment of the organization. The concept of information environment includes not only everything that is directly related to information technology, but also the artifacts of civilization. It is in this combination that we can talk about the information space as a repository of socio-economic systems. Taking into account the noted features of the information environment of the organization, the issues of modeling the trajectory of its development in the two-dimensional continuum (time of access to relevant information, the level of technologies used) and a limited set of stable States, which are called development phases, are considered.

Keywords: organization, information space, development model, trajectory, development phase

В экономике одним из важных понятий при оценке состояния бизнеса и разработке стратегических решений, способствующих его развитию или разрешению существующих проблем являются понятия внутренней и внешней среды. Внешняя среда кроме того подразделяется на микро- и макроокружение по способности непосредственного влияния на бизнес. С нашей точки зрения информационное пространство — вместилище этой среды, а информационная среда — все составляющие среды способствующее информационному обмену субъектов рынка в самом широком смысле.

В информационное пространство включают информационные ресурсы, технологии обмена и обработки информации, базы данных и знаний, регламентирующую документацию и др.

Мы бы добавили сюда и так называемое материализованное знание в виде технических и иных сооружений прошлого и настоящего, а также другие артефакты деятельности цивилизации.

Поскольку взаимодействие в социально-экономических системах носит в действительности и, прежде всего, информационный характер, может возникнуть представление об эквивалентности таких понятий как внешнее (макро и микро) окружение и внутренняя среда организации, с одной стороны, и ее информационное пространство, с другой. В действительности, как нам представляется, между этими понятиями существует принципиальное различие.

В первом случае, делается акцент на материальных потоках (непосредственное наблюдение или физический контроль) и затем на отражении их в информационной среде компании в виде документов. Во втором – акцент на информационной среде, в которой отображаются как материальные потоки, так и относительно самостоятельно генерируемая информация, связанная с анализом и моделированием процессов в реальной и в виртуальной средах. Значение первого подхода очевидно, он обеспечивает объективную оценку происходящему, важным достоинством второго является предвидение проблем и оптимизация решений.

Автор в [1] отмечает, что «Манипуляция с информацией (данными, знаниями) приводит к куда большим возможностям, как в экстраполяции данных, так и предвидении через построение виртуальных моделей реальных процессов и выработке на этой основе целой линейки возможных стратегий как функции возможных вариантов будущего».

Как отмечалось в работе [2], количественные и качественные изменения, происходящие в организации в ходе ее развития, являются следствием ускоряющихся

обменных информационных процессов в ее «онтогенезе» (и в «филогенезе», при рассмотрении исторических аспектов развития). Поэтому при построении траектории развития организации важным является учет этого факта.

Качество обменных информационных процессов зависит от времени доступа к актуальной информации и ее обработки, а также уровня используемых технологий.

При построении траекторий организаций в информационном пространстве необходим учет ряда дополнительных факторов: размер организации, организационную структуру, внутренние и внешние источники поддержания/дестабилизации, - которые помогают понять многообразие форм развития на практике.

С учетом отмеченных особенностей информационного окружения организации можно говорить о двумерном континууме возможных траекторий для каждой конкретной организации: времени доступа к актуальной информации и уровня используемых технологий, - с одной стороны и ограниченном количестве устойчивых состояний, которые называют фазами развития, с другой.

Литература

1. Булатова Р.М. Современная парадигма управления: знание - цель и средство управления. // Молодой учёный № 10 (33) / 2011 Том I – С. 122-124
2. Тугуз Ю.Р., Булатова Р.М., Витченко О.В., Филин Н.Н. Модель циклического развития организации. // Фундаментальные исследования. – 2015. – № 7-3. – С. 636-640; URL: <http://fundamental-research.ru/ru/article/view?id=38793> (дата обращения: 19.10.2018).

УДК 659+81.27, ББК 81.2Рус-5-88.5

С.С. Скорнякова  
Svetlana Skorniakova  
salagot@yandex.ru

## **Гендерно-манипулятивные технологии в рекламе Gender-manipulative techniques in advertising**

*Санкт-Петербургский Политехнический университет Петра Великого  
Peter the Grete St. Petersburg State Polytechnic University*

Современные рекламные технологии имеют четко выраженную манипулятивную направленность. Одним из наиболее эффективных приемов манипуляции в рекламе является использование гендерных стереотипов. Данная статья посвящена анализу достаточно актуальной и важной проблемы - влияние гендерных стереотипов на эффективность рекламных технологий.

Ключевые слова: гендер, коммуникации, манипуляция, рекламные технологии, стереотипы.

Modern advertising techniques have a distinct manipulative orientation. One of the most effective methods of manipulation in advertising is the use of gender stereotypes. This article is devoted to the analysis of a rather urgent and important problem-the impact of gender stereotypes on the effectiveness of advertising technologies.

Keywords: gender, communication, manipulation, advertising technologies, stereotypes.

Роль рекламы в процессе формирования потребительских предпочтений целевой аудитории довольно велика. В ходе рекламной коммуникации транслируются гендерные стереотипы женственности и мужественности, передается информация о

характерных особенностях товаров и услуг с учетом гендерных ролей женщин и мужчин в обществе.[1,с.119 ]

Как отмечает один из теоретиков рекламы Р.Маршанд в работе «Реклама американской мечты», «для изучения человечества необходимо изучать мужчин, а для изучения рынка – женщин».Целевая аудитория женщин в качестве наиболее вероятных покупателей рекламируемых товаров является основной мишенью рекламы и подвергается наибольшему рекламному воздействию.

Считается очевидным тот факт, что реклама носит характер скрытого управления массовым сознанием. Одним из наиболее эффективных приемов манипуляции в рекламе является использование гендерных стереотипов.Реклама по праву может считаться одной из наиболее агрессивных гендерных «технологий». Реклама преподносит женской аудитории множество образов, акцентирующих внимание главным образом на гендере и сексуальности. Недавняя телевизионная реклама еще раз подчеркивает особенность гендерных стереотипов: «Энциклопедия для девочек научит их быть настоящими женщинами – красивыми, умеющими пользоваться косметикой, хорошо готовить и вести домашнее хозяйство. Энциклопедия для мальчиков научит их быть сильными, умными».

Представленные в рекламе образы, символическое значение которых отсылает адресата к ритуалам повседневности, по сути своей являются частью контекста, в рамках которого происходит определение и идентификация гендерной принадлежности индивида. Образы рекламных объявлений являются высококонцентрированными формами гендерной коммуникации, и поэтому правильное понимание и интерпретация роли рекламы в коммуникации гендера имеет очень большое значение.[2,с.155]

Отметим, что, по масштабности потенциальная роль рекламы в процессе формирования блока ценностных ориентаций, мнений, отношений и поведения целевой аудитории может быть сравнима с воздействием таких традиционных агентов социализации, как семья и образование. Современная реклама почти вся построена на приемах гендерной идентичности. Другими словами, реклама, обладает высоким потенциалом манипулирования сознанием потребителей, используя гендерные стереотипы, которые предстают важным средством воздействия рекламы на массовое сознание.

#### Литература:

1. Скорнякова С.С., Сафонова А.Н. Гендерные стереотипы политической культуры российского общества.// Humanities and Social Sciences in Europe: Achievements and Perspectives. Proceedings of the 1st International symposium. 2018. С. 118-122.
2. Максимова О.Б. Гендерное измерение в современном социально-коммуникативном дискурсе: роль рекламы // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Социология. - 2004. - № 1. – С.154-159.

**СЕКЦИЯ 6. СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ СРЕДЫ И СУБКУЛЬТУРЫ В  
СОВРЕМЕННОМ ИНФОРМАЦИОННОМ ОБЩЕСТВЕ**

**SECTION 6. SOCIO-CULTURAL ENVIRONMENTS AND SUBCULTURES IN  
MODERN INFORMATION SOCIETY**

УДК 304.2, ББК 77

Р.А. Иванова  
Rimma Ivanova  
agraphari@gmail.com

**Социокультурное проектирование как технология взаимодействия в  
социальных средах  
Sociocultural design as technology of interaction in social environments**

*Санкт-Петербургский Политехнический университет Петра Великого  
Peter the Grete St. Petersburg State Polytechnic University*

Социокультурное проектирование представляет собой реализацию видения культурного и социального пространства, идеальное решение актуальных проблем общества. С помощью социокультурного проектирования культурная среда имеет возможность взаимодействовать с общественностью, создавая и утверждая моральные и культурные ценности и традиции, а кроме того, предлагать решения актуальных социальных проблем. В выполнении этих функций заключается главное назначение культурных проектов и их роль в формировании общественного мнения. Социокультурное проектирование рассматривается как актуальная технология способствующая развитию личности и социума.

Ключевые слова: социокультурное проектирование, технология, культурный проект, общественность, социум

Sociocultural design represents realization of vision of cultural and social space, the ideal solution of current problems of society. By means of sociocultural design the cultural environment has an opportunity to interact with the public, creating and approving moral and cultural values and traditions, but also, to propose solutions of current social problems. In performance of these functions the main purpose of cultural projects and their role consists in formation of public opinion. Sociocultural design is considered as the relevant technology contributing to the development of the personality and society.

Keywords: sociocultural design, technology, cultural project, public, society

7Современное общество существует в условиях постоянно изменяющегося мира под влиянием возникновения новых технологий и тенденций, преобразующих видение мира и влияющих на основные жизненные ценности. В таких условиях, традиции и ценности культуры вытесняются на второй план, в связи с чем, культурной среде требуется внедрение новых технологий. Одно из наиболее эффективных применений таких технологий осуществляется в культурных проектах, которые могут принимать различные виды и форматы в соответствии с веяниями времени и предъявляемыми обществом требованиями. Однако, в условиях многообразия информации и различных мероприятий, возрастает роль, в том числе и PR-технологий, используемых для привлечения внимания к проводимым культурным проектам и их продвижения среди целевых аудиторий.

Проект в социокультурной сфере имеет ряд особенностей и отличий от всех прочих проектов. Прежде всего, следует определить назначение социокультурных

проектов. Социокультурный проект ставит своей целью создание новых, а так же утверждение и сохранение традиционных культурных ценностей у целевой аудитории. Основная задача заключается в «поддержке тех ценностей, норм, традиций, культурных практик, которые отфильтрованы историческим опытом многих поколений, отвечают критериям нравственности и гуманности, отражают специфику территории и могут рассматриваться в качестве социокультурных стабилизаторов общества и человека» [2, с. 48]. Социокультурные проекты затрагивают моральные ориентиры общества. Они способствуют налаживанию диалога между человеком и обществом, в котором он живет, между этим обществом и различными поколениями через культуру, которая их объединяет.

Социокультурные проекты, кроме того, поднимают важные вопросы современности, обращают внимание общественности на волнующие социальные и моральные проблемы, носителями которых является личность, социальная группа, определенная территория или регион, общество в целом, способствуя решению существующих проблем и предупреждая возникновение новых. Направленность на решение существующих моральных проблем современной общественности требует поиска нестандартных способов и путей их решения, вовлечения в этот процесс всех заинтересованных субъектов социально-культурной жизни. В этом заключается важная и неотъемлемая роль культурных проектов, и культуры в целом, в развитии общества и социализации каждого человека, его самореализации в социально-культурной сфере. Проведение проектов является реакцией культуры на окружающую среду и изменения в ней.

Объектами социокультурного проекта могут выступать различные учреждения культуры, кроме того, социокультурный проект может строиться вокруг некоего культурного мероприятия или же заметной творческой личности. Таким образом, социокультурные проекты охватывают всё пространство культурной территории. Важной особенностью культурного проекта является крайне малая дистанция между самим проектом и его реализацией. В современных условиях характерна ситуация, когда культурный проект является непосредственным воплощением искусства[4, с. 485-87].

Социокультурные проекты, как особенный вид проектов, имеют ряд характерных признаков, отличающих их от рутинной деятельности и способствующих эффективному взаимодействию с окружающим миром, среди таких признаков следует выделить целенаправленность, целостность, ограниченность во времени, инновационность, коммуникативность и адаптированность к внешним условиям[1, с.56].

Наличие всех этих характеристик делает социокультурный проект интересным и значимым мероприятием в глазах целевых аудиторий, однако, чтобы проект всё же стал успешным, к его планированию, подготовке и проведению следует подходить структурированно и комплексно, осуществляя так называемое социокультурное проектирование.

В широком смысле социокультурное проектирование - это «управление изменениями объекта проектной деятельности или управление изменениями системы, внутри которой происходит реализация проекта»[3, с. 26], помимо этого социокультурное проектирование представляет собой оригинальную технологию, выражающуюся в конструктивной и творческой деятельности.

Для социокультурного проектирования как особого вида человеческой деятельности можно сформулировать две основные цели. Во-первых, это формирование необходимых условий для развития социокультурного субъекта, в качестве которого может выступать как личность, так и общество в целом. Социокультурный проект должен представлять собой площадку для самореализации человека, путем актуализации его связей с социокультурной средой и активизации деятельности социума по поддержанию равновесного состояния культурной среды, а так же ее конструктивному реформированию в соответствии с современными трендами. Во-вторых, основополагающей целью социокультурного проектирования является обеспечение благоприятных условий для саморазвития культурной жизни посредством стимулирования механизмов самоорганизации, осмысленного сочетания и поддержки исторически сформировавшихся и новых социокультурных технологий.

В заключение подчеркнем, что социокультурное проектирование может быть направлено как на человека и общество, так и на культуру в целом. Исходя из этого, можно сделать вывод, что объектом социокультурного проектирования выступает сложное образование, состоящее из двух взаимосвязанных сложных подсистем: социума и культуры. «Культурное» и «социальное» взаимопроникают друг в друга, поскольку в любом социальном явлении всегда присутствует человек, как носитель социальных ролей и культурных ценностей. Однако, не смотря на общую взаимосвязь, каждая из этих подсистем обладает своими характерными чертами и проблемами, которые необходимо учитывать при проектировании. Суть проблематики социокультурных проектов сводится к противопоставлению реальной картины взаимосвязи общества и культуры и идеальных представлений о ней, которые выступают желаемым результатом проектирования. Таким образом, результатом социокультурного проектирования является не только сам культурный проект, представляющий собой технологию, определенным образом структурированную, имеющую этапы подготовки и реализации, но и программа социокультурной деятельности, направленная на развитие личности и общества в целом.

#### Литература

1. Дукельский, В. Ю. Культурный проект: от замысла к реализации // Музей будущего: информационный менеджмент. – М.: Прогресс-Традиция, 2001.
2. Ермолаева, О.А. Социокультурный проект как форма организации досуговой деятельности обучающихся / О.А. Ермолаева // Среднее профессиональное образование. – 2014. №9.
3. Зуев, С.Э. Социально-культурное проектирование. / С.Э. Зуев. - Ижевск: Альтернатива, 2003.
4. Сидорская, И. PR-технологии продвижения культурных проектов художественных галерей / И. Сидорская - Минск: Изд. Центр БГУ, 2012. – С.485–495.

**Проблемы институционализации социальных сетей в современной России (на примере социальной сети «ВКонтакте»)**  
**Problems of social network institutionalization in modern Russia as exemplified by Vkontakte social network**

*Санкт-Петербургский государственный электротехнический университет «ЛЭТИ»  
Saint-Petersburg state electrotechnical university «LETI»*

Статья посвящена проблемам и анализу процесса институционализации социальных сетей в России на примере наиболее популярной социальной сети по данным многочисленных опросов – «ВКонтакте». В тексте рассматриваются признаки институционализации социальной сети и проблемы, возникающие при данном процессе.

Ключевые слова: институционализация социальных сетей, социальные сети, социальные институты, современные коммуникации

The paper is dedicated to the analysis of and some issues with the process of social media socialization in Russia, as exemplified by VKontakte (vk.com), the most popular social networking site by the results of many social surveys. Attributes of the social media institutionalization are considered, as well as some issues in the process.

Keywords: social networks, institutionalization of social networks, modern communications, social institute

В социологической литературе социальный институт истолковывается как наиндивидуальное и деперсонифицированное социальное образование, представляющее собой устойчивую структуру стандартизированных социальных действий и практик, организующую, упорядочивающую и координирующую индивидуальные и коллективные действия людей по удовлетворению на нормативной основе их базисных потребностей, а также консолидирующую их в сплоченные сообщества разной численности. Современный неинституционализм идет дальше и определяет социальные институты как структурированные формы социального взаимодействия, сочетающие правила, механизмы и нормы поведения, обеспечивающие минимизацию транзакционных издержек (Д.Норт, О.Уильямсон и др.). При кажущихся отличиях в обоих случаях речь идет о том, что любой социальный институт призван удовлетворять потребности людей, общества и пр.

Социальные сети, появившиеся во второй половине XX века и получившие широкое распространение в начале нынешнего тысячелетия, в настоящее время активно институционализируются. В ходе этого процесса они не только удовлетворяют сразу несколько значимых потребностей пользователей, но и объединяют и консолидируют их в разночисленные социальные сообщества. По своей сути социальные сети – это веб-сайты, предназначенные для построения, отражения и организации социальных взаимоотношений между пользователями в Интернете и поэтому они, в первую очередь, удовлетворяют потребность пользователей в коммуникациях, что позволяет отождествлять их с социальными институтами. Но не только. Для примера стоит обратиться к сети «ВКонтакте».

В современной России, согласно ряду исследований, социальная сеть «ВКонтакте» является наиболее популярной. В 2006 году её запустил студент СПбГУ Павел Дуров и изначально предназначал её для студентов ВУЗов. Однако позже возможности регистрации были расширены. За первые 4 месяца социальная сеть набрала 50 000 пользователей, а ныне насчитывается 97 млн. активных пользователей в месяц [1]. Если с момента основания сервиса П. Дурова упрекали в копировании американской социальной сети Facebook, то спустя несколько лет его сеть обрела свой индивидуальный интерфейс (который продолжает меняться со временем), дающий пользователям более широкое, по сравнению с американским конкурентом, количество возможностей (прослушивание музыки, создание полноценных сообществ и др.). Таким образом, социальная сеть «ВКонтакте» в процессе её институционализации посредством исполнения всё большего числа социально значимых функций удовлетворяет сразу несколько весьма значимых потребностей пользователей. Если их ранжировать по концепции Абрахама Х. Маслоу, то они оказываются на самой верхушке его пирамиды социальных, престижных и духовных потребностей. Представляется возможным выстроить их в следующем порядке:

1. Потребность в общении (Функция «Сообщения»);
2. Потребность в признании (Функции «Лайк», «репост»);
3. Потребность участия в общественной жизни (Функция «Новости»);
4. Потребность в структурировании времени (Функция «Напоминания»);
5. Потребность в самоидентификации (Профиль);
6. Потребность в личном пространстве (Функции «Музыка», «Стена», «Фотографии», «Статус», настройка профиля).

В последнем случае можно говорить о замене физического личного пространства пользователя (Например, жилья, которое иногда недоступно некоторым пользователям по финансовым или иным соображениям) виртуальным. В рамках последнего его личный аккаунт, установленный им самостоятельно, заменяет ему физическое пространство. Производя манипуляции в сети, пользователь ориентируется сразу на несколько ограничений, к которым относятся некоторые неписанные нормы морали и нравственности. Речь идет о том, что публикуемая в сети информация, как и высказанная в реальном мире, может подвергнуться осуждению «друзей», подписчиков и других пользователей. Кроме того в настоящее время появились списки рекомендаций, содержащих список контентов, которые не стоит публиковать из соображений безопасности. В этот перечень входит информация об отъезде, отметки геоположения определенных лиц, нецензурные фотографии, фотографии и подробная информация о детях и их привычках (чтобы преступник не мог войти к ним в доверие), домашний адрес, признания и заявления, которые могут оказать негативное влияние на личную жизнь пользователя (так видео с избиением подростка одноклассниками, выложенное одним из них, не должно выкладываться как по этическим соображениям, так и с точки зрения уголовно-административного преследования).

Существуют также правила самой социальной сети, за нарушение которых полагается блокировка (на определенный срок или постоянная), к которым относится частое использование разных ip-адресов, проявление бот-активности, оскорбления сотрудников техподдержки сети и самого П. Дурова, публикация порнографических, садистских, извращенных материалов и посещение групп подобной тематики. Последние случаи также регулируются законодательством Российской Федерации, согласно которому распространение такого рода информации в виртуальном пространстве приравнивается к действиям в реальной жизни. Стоит отметить, что по названным противоправным деяниям уголовные дела против пользователей возбуждают по статье 282 УК РФ («Возбуждение ненависти либо вражды, а равно унижение человеческого достоинства»), ст. 280 УК РФ («Публичные призывы к совершению экстремистской деятельности») и др.

Ответственность распространяется в том числе на организаторов тематических сообществ. В социальной сети ныне четко распределены роли пользователей. Помимо рядовых также существуют работники технической поддержки, которые осуществляют контролирующую функцию, администраторы и модераторы групп, авторы личных страниц. Те из них, кто имеет больше 3 млн. подписчиков согласно закону о блогерах от 2014 года приравниваются к СМИ. Сам сайт, по этому же закону, включен в реестр Роскомнадзора, что автоматически делает на законодательном уровне любую публикацию широко публичной, вне зависимости от количества читателей конкретного пользователя. К тому в сети существуют и непрописанные роли лидеров общественного мнения и популярных пользователей, чьи записи имеют большое количество оценок и комментариев.

Такое четкое распределение функций, прав и обязанностей, относящееся к числу основных признаков социального института, называют многие авторы (Например, А.Г.Эфендиев), которые отмечают разделение труда, деиндивидуализированные требования к тому, кто берется за выполнение определенных функций, жесткий механизм регуляции и др. Этому соответствуют правила блокировки в ВКонтакте, условия назначения в администрацию групп, строго установленные возможности у авторов публикаций.

Таким образом, можно говорить о том, что социальная сеть «ВКонтакте» находится в процессе институционализации. По содержанию исполняемых этой сетью функций она скорее относится к формирующимся институтам сферы духовной жизни и культуры и действует наравне со СМИ. Ею распространяются определенные установки и образцы поведения (открытость, готовность к публикации и обмену информацией), культурные символы (логотип ВК), утилитарные культурные черты (аккаунты с различными возможностями), кодексы поведения (правила социальной сети, законодательство РФ) и др. Что же касается идеологической составляющей её функционально деятельности, то её пока выявить у пользователей при всей их массовости не представляется возможным. Хотя отсутствие этой функциональной роли может говорить о том, что социальная сеть «ВКонтакте» находится в процессе

институционализации и ей ещё только предстоит в будущем стать настоящим социальным институтом виртуального пространства современной России.

Литература:

1. О компании [Электронный ресурс]//ВКонтакте: официальный сайт. – режим доступа <https://vk.com/about>

УДК 324:008(470+571), ББК 66.2:71.0(2)

В.А. Полякова  
Valeriya Polyakova  
lerko88@mail.ru

**Мониторинг как технология манипулирования в рекламе и PR в условиях  
клиповой культуры**  
**Monitoring as a manipulation technology in advertising and PR in clip culture**

*Санкт-Петербургский Государственный экономический университет  
Saint-Petersburg State University of Economics*

В информационном обществе развивается клиповая культура, и современная реклама и PR делают упор не на рациональное, а на чувственное восприятие сообщений. В таких условиях для анализа поведения целевых групп используют мониторинг. Однако, данная технология может использоваться компаниями в корыстных целях, формировать общественное мнение, а также способствовать шаблонизации мышления.

Ключевые слова: клиповая культура, клиповое мышление, клиповое сознание, реклама и PR, мониторинг.

In information society clip culture is developing, and modern advertising and PR focus not on rational but on sensory perception of their messages. In such conditions to analyze behavior of target groups monitoring is using. However, this technology can be used in the mercenary purposes by the companies, form public opinion and also lead to template making of thinking.

Keywords: clip culture, clip-on thinking, clip consciousness, advertising and PR, monitoring.

Термин «клиповая культура» одним из первых сформулировал Э. Тоффлер и описал его как культуру, характерную развитым странам, основанную на постоянном мелькании информационных отрезков (клипов), что свойственно средствам массовой коммуникации [1]. В условиях клиповой культуры развивается клиповое мышление, которое противопоставляется книжному (аналитическому) [2]. Оно отличается неспособностью осмысленно воспринимать информацию, концентрировать внимание, однако позволяет людям с таким складом ума комфортно пребывать в условиях постоянно растущих информационных потоков. По мнению некоторых авторов, данный феномен носит приобретенный характер и выражается не только в неспособности сосредоточиться на информации, но также в том, что у людей снижается способность к анализу[3].

Такая среда открывает перед рекламой и PR новые возможности, меняет их содержание, стандарты, средства и технологии. В борьбе за внимание аудитории реклама перестает носить информационный характер, на первый план выносятся эмоциональная составляющая сообщений. Их эффективность оценивается в точном прогнозировании поведения и формировании определенного мнения у целевых групп

общественности. В данной статье речь пойдет о мониторинге - технологии манипулирования общественным сознанием, свойственным рекламе и PR.

Под мониторингом понимается комплексный метод познавательной и предметно-практической деятельности, который заключается в постоянном отслеживании состояния социокультурной среды по установленным заранее критериям для последующего ее анализа и контроля. Благодаря мониторингу может осуществляться эффективное управление объектами социокультурной среды. Мониторинг проводится с помощью компьютерной техники, что позволяет обрабатывать, получать и распространять внушительные объемы данных на большие расстояния. Он также меняет процесс познания, так как создает категории и критерии обобщения массовой аудитории. Именно эта его характеристика приводит к шаблонизации сознания и стереотипизации мышления.

Мониторинг имеет преимущества перед количественными методами исследования масс, так как статистические данные об объекте собираются непрерывно, что минимизирует погрешности и случайности. Затем данные подвергаются математической обработке (ранжирование, корреляция, экстраполяция и т.п.). Таким образом, мы получаем качественные измерения и непротиворечивую характеристику объекта мониторингового исследования, с помощью которых в дальнейшем осуществляется прогнозирование поведения целевых аудиторий, а также формирование общественного мнения. А использование количественных методов в данной технологии делает ее независимой от оценочных суждений, авторитетов, идеологии и т.д. Все эти преимущества мониторинга повышают лояльность потребителей к его данным, как к проверенной и наиболее объективной информации.

Однако, результаты мониторинга могут использоваться субъектом в корыстных целях. Например, для оказания нужного эмоционального эффекта на потребителя с целью привлечь внимание к определенной проблеме, продукту, услуге (престижный, утилитарный эффект и др.). Также для сохранения репутации и увеличения прибыли, компании могут умалчивать детали полученных данных или вовсе выдавать потребителям ложные сведения мониторинга [4]. А так как люди с клиповым мышлением неспособны сами анализировать информацию, принимают результаты статистик на веру.

Таким образом, реклама и PR успешно подстраиваются под особенности восприятия потребителей с «клиповым сознанием». Это происходит как за счет эмоциональной подачи информации короткими отрезками, так и за счет влияния на общественное мнение с помощью мониторинга. Сложно сказать, что послужило причиной, а что следствием проблемы, но так или иначе инструменты рекламы и PR влияют на мнение масс, с целью контроля, а «клиповое мышление» мешает рациональному восприятию информации и самостоятельному анализу, из-за чего такая технология как мониторинг продолжает быть наиболее эффективной и страшной для общественного сознания.

Литература:

1. Toffler A. The Third Wave. N.-Y.: Bantam Books. 1990

2. Гиренок Ф. И. Клиповое сознание. М.: Академический проект, 2014. - 249 с.
3. Пряхина А.В. Интернет-коммуникации как составляющая продвижения социокультурных и коммерческих проектов // Современные социальные коммуникации в системе цивилизации и культуры. Материалы Международной научно-практической конференции. 2014. С. 76-77.
4. Сладкова О.Б. Использование информационного мониторинга для манипуляции общественным сознанием // Вестник МГУКИ. 2005. № 2. С.127-136.

УДК 821.161.1, ББК 83.3(2Рос=Рус)+85.15(2)

Р.Т. Садуов  
Ruslan Saduov  
Ruslan.Saduov@gmail.com

**Субкультуры в современном информационном обществе: комикс  
интерпретации классических литературных произведений\***  
**Subcultures in today's information society: Comics interpretations of classical  
literature**

*Башкирский государственный университет  
Bashkir State University*

Настоящая работа посвящена российским комикс-интерпретациям классических произведений Аскольдом Акишиным, одним из самых известных отечественных комиксистов. Приводится разница между адаптациями и интерпретациями, а также интерпретациями А.Акишина и оригинальными классическими произведениями. Фокус работы направлен на рассмотрение творческого метода автора при создании комиксов на примере интерпретаций романов Ф. Достоевского и Г. Лавкрафта.

Ключевые слова: комикс, Акишин, Достоевский, Лавкрафт, интерпретация

This paper is devoted to Russian comics interpretations of classical works by Askold Akishin who is one of the most prominent national comics authors. The article differentiates adaptations and interpretations as well as Akishin's interpretations and original works. The paper focuses on the author's method in creating comics based on the case study of Dostoyevsky and Lovecraft's novels.

Key words: comics, Akishin, Dostoyevsky, Lovecraft, interpretation

Настоящая работа посвящена комикс-интерпретациям классических литературных произведений. В частности, исследовательский фокус направлен на авторский подход известного российского комиксиста Аскольда Акишина, который интерпретирует их в форме комикса, привнося элементы футуристики.

Адаптацией можно считать упрощенный или измененный для определенных целей текст литературного произведения. Комикс-адаптации классических произведений известны давно. Так, в настоящий момент издательство «Эксмо» выпускает серию «Классика в комиксах». В то же время интерпретация позволяет большую вольность в обращении с оригиналом. Ее автору позволительно додумывать, изменять, смещать акценты и творчески перерабатывать исходный текст. Материалом анализа послужили интерпретации романов Ф. Достоевского и Г. Лавкрафта, созданные А. Акишиным.

---

\* Данное исследование проведено при финансовой поддержке РФФИ, проект 17-04-00061.

В частности, в комиксе «Храм, город, сны Говарда Ф. Лавкрафта» [1] комиксист создал три собственные истории, однако атмосферой, языком персонажей и сюжетными линиями они напоминают работы великого американского автора. В этом смысле «Храм, город, сны Говарда Ф. Лавкрафта» было бы вернее назвать интерпретацией всего творчества Лавкрафта. Автор комикса приводит читателя в невероятные места: например, на подводную лодку, где происходят мистические события, связанные со странной находкой, в древний заброшенный город, хранящий ужасную тайну. Каждая из историй обрывается в самый тревожный момент, давая читателю возможность додумать и «допереживать» концовку самостоятельно.

Характерной особенностью любой визуальной адаптации или интерпретации литературного произведения является то, что автору необходимо додумать ту часть произведения, которая традиционно возникает в голове читающего – рисунок. Представляется, что с этой задачей автор комикса справился вполне успешно – лаконичные изображения в приглушенных тонах точно воспроизводят мрачную атмосферу произведений Лавкрафта. Примечательно, что данный комикс является первой цветной работой Аскольда Акишина, который традиционно придерживается черно-белой стилистики.

Наконец, язык комикса стилизован под манеру американского писателя, выдержан и лаконичен. А. Акишин раскрывается не только как художник, но и как талантливый писатель. Благодаря удачной стилизации его интерпретация читается как оригинальное произведение для любителей жанра хоррор в целом и творчества Лавкрафта в частности.

Другая комикс-интерпретация А. Акишина – «Преступление и наказание» Ф. Достоевского [2]. Сюжетная линия произведения сохранена, однако персонажи помещены в своеобразное будущее, населенное, помимо людей, роботами. Старуха-процентщица превращается в машину, намеренно испорченную и ограбленную Родионом Раскольниковым, который, в свою очередь, превращается в биоинженера. Таким образом, возникает совершенно новый, гротескный мир, полный противоречий между атмосферой 19 века и элементами будущего. Автор комикса впрочем, сохранил манеру речи персонажей из оригинального произведения, что позволяет говорить о мастерской стилизации (стилистическом уподоблении) под язык Ф. Достоевского и, вновь, о таланте А. Акишина работать со словом. В отличие от предыдущей интерпретации, в «Преступлении...» А. Акишин придерживается своей известной черно-белой манеры.

В результате анализа можно выделить следующие характерные особенности интерпретаций А. Акишина:

1. Приверженность не слову, но стилю интерпретируемого произведения (высокая степень индивидуально-авторской стилизации).
2. Привнесение элементов собственного авторства (футуристические элементы в интерпретации Ф. Достоевского или сюжетные линии интерпретации Г. Лавкрафта).
3. Соавторство с автором интерпретируемого произведения: в обоих комиксах Аскольд Акишин указывает двух авторов – себя и автора оригинала.

#### 4. Атмосфера, создаваемая характерным рисунком А. Акишина.

Таким образом, интерпретации А. Акишина представляют собой творческий симбиоз между исходным текстом и авторским подходом комиксиста. Безусловно, сам факт переработки классического произведения вызывает споры между сторонниками и противниками данного подхода. Тем не менее, согласно известному писателю Нилу Гейману, хорошая история (а роман – это всегда история о чем-либо) должна передаваться из поколения в поколение: «истории вырастают, а иногда сжимаются, перевоплощают и вдохновляют другие истории, но если они не изменяются, то умирают» [3]. Возможно, комикс-адаптация – это своеобразный способ сохранения и передачи будущим поколениям великого наследия писателей с помощью современной субкультуры.

Литература:

1. Акишин А., Лавкрафт Г.Ф. Храм, город, сны Говарда Ф. Лавкрафта. – Брянск: Alt Graph, 2015. – 64 с.
2. Акишин А., Достоевский Ф. Преступление и наказание. – СПб.: КомФедерация, 2017. – 71 с.
3. Gaiman N. Neil Gaiman on How Stories Last // Soundcloud. URL: <https://soundcloud.com/brainpicker/neil-gaiman-how-stories-last> (Дата обращения 21.09.2018).

УДК 316.4; 316.77; 398, ББК 60.0

Т.Н. Бирюкова<sup>1</sup>, Е.А. Никонорова<sup>2</sup>  
Tatyana Biryukova, Elizaveta Nikonorova  
biryukova\_tn@mail.ru

### **Отображение фольклорной культуры в формировании социальной территориальной общности Санкт-Петербурга Representation of folk culture in the formation of social territorial community of St. Petersburg**

*Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого<sup>1</sup>  
Санкт-Петербургский Государственный Университет Кино и Телевидения<sup>2</sup>  
Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University  
St. Petersburg state University of Film and Television*

Социальная территориальная общность города Санкт-Петербурга это - социальная общность людей, связанных условиями постоянного совместного локально-пространственного проживания. Отсюда возникает связанность специфическими условиями совместной деятельности в целях обеспечения системы собственных социальных интересов, объективно возникающих и существующих на основе общих потребностей. Специфическими качествами формирования территориальной общности Санкт-Петербурга, города, впервые в России строящегося по плану его великого основателя, явились социальная полиэтничность его создателей и защитников и русская толерантность.

Ключевые слова: Социальная территориальная общность города Санкт-Петербурга. Фольклор.

Social territorial community of the city of St. Petersburg is a social community of people associated with the conditions of permanent joint local-spatial residence. Hence, there is a connection with the specific conditions of joint activities in order to ensure the system of their own social interests, objectively arising and existing on the basis of common needs. The specific qualities of the formation of the territorial community of St. Petersburg, a city that was built for the first time in Russia according to the plan of its great founder, were the social polyethnicity of its creators and defenders and Russian tolerance.

Keyword: Social territorial community of the city of St. Petersburg. Folklore.

Территориальная общность города Санкт-Петербурга это – форма социальной общности людей, связанных условиями постоянного совместного локально-пространственного проживания. Отсюда возникает связанность специфическими условиями совместной деятельности в целях обеспечения системы собственных социальных интересов, объективно возникающих и существующих на основе общих потребностей. Специфическими качествами формирования территориальной общности Санкт-Петербурга, города, впервые в России строящегося по плану его великого основателя, явились социальная полиэтничность его созидателей и защитников и русская толерантность.

Фольклор (англ. folklore) - народное творчество; художественная коллективная творческая деятельность народа, отражающая его жизнь, воззрения, идеалы; создаваемые народом и бытующие в народных массах поэзия (предания, песни, частушки, анекдоты, сказки, эпос), народная музыка, театр, танец, архитектура, изобразительное и декоративно-прикладное искусство. Термином «фольклор» в русской науке конца XIX - начала XX в. обозначались понятия: «живая старина», «бытовая старина». М. Ковалевский [3] под этим термином понимал «народное творчество», писал о разных «проявлениях народного творчества, обнимаемых понятием фольклора». С начала XX в. термин используется и в более узком, более конкретном значении: словесное народное творчество.

В любой территориальной общности со временем формируются общие социальные культурные черты, стиль и ритм жизни, психологический склад характера, ценностные установки. Наряду с хозяйственными, бытовыми, экономическими, политическими, экологическими и другими устойчивыми социальными факторами члены социальной территориальной общности связаны детерминированными социокультурными факторами коммуникативных духовных, правовых, нравственных отношений. Сохранение самоидентификации социальной территориальной общности Санкт-Петербурга находит свое отражение в локальном и демократичном народном фольклоре.

Все мы помним рассказ А.П. Чехова о жалостливом письме Ваньки Жукова, адресованном «На деревню дедушке. Константину Макарычу...». Но ведь «даже и в самом» Санкт-Петербурге очень долгое время после основания города, почти до конца 18 века, не было ни нумерации домов, ни названий улиц. Его жители, представители социальной территориальной общности, ориентировали себя и всех приезжающих в город либо по имени того или иного владельца дома, либо по степени близости расположения к тому или иному из «цветных» (желтый - Певческий у Дворцовой площади, зеленый - Народный в створе Невского проспекта, красный - на Гороховой улице, синий - на Исаакиевской площади) деревянных мостов, либо по другим, понятным им, иногда даже по нескольким различным особенностям.

Еще в начале 19 века Пушкин писал, что живет он «у Цепного моста, против Пантелеймана в доме Оливье», а Дельвиг - «близ Коммерческого училища, в доме Кувшинникова». А. Дюма в романе «Учитель фехтования» указывал адрес героини:

«Мадмуазель Луизе Дюпон, у мадам Ксавье. Магазин мод. Невский проспект, близ Армянской церкви, против базара» [2].

Улицы, дворы, слободы - три ипостаси, которые могли относиться к одному и тому же месту. Ряд улиц, переулков, дворов (галерные, шпалерные, смоляные, соляные, хамовые-«моховые», литейные, пушкарские, почтовые, фонарные и аналогичные им многие другие названия) отражали социально-профессиональное содержание «трудовых ресурсов» новой столицы. Полиэтничность территориальной общности проявилась в названиях улиц и переулков города, как мест компактного проживания (итальянские, немецкие, татарские, армянские и другие). Почтовые же, как официальные названия пришли на карту города по следам народных, просторечных.

Так, близ пересечения Фонтанки-реки и Крюкова канала первоначально селилась «сволочь» - люди, принудительно «сволочённые» со своих родных мест на строительство нового города. Указом 1704 г. была установлена норма: 40 тысяч человек в год. Петровский Петербург в начале 18 века был одной большой стройплощадкой, где работные люди рыли каналы, строили крепость, верфи, заводы и мануфактуры, дома. В 1718 г. правительство признало целесообразным перейти на вольнонаемный труд, но принудительные наборы остались дополнительным средством пополнения рабочей силы.

Некоторые фольклорные названия улиц города устарели, утратив свой первоначальный смысл. Немногие сейчас помнят, что порох раньше называли зельем, отсюда бывшую улицу Зелёную с ее пороховым заводом позднее народный сленг легко изменил на Зеленину, которая сегодня так и осталась на карте. Аналогичная история произошла с названием Моховой улицы. После перевода в Петербург из Москвы Хамовного двора недалеко от Фонтанки возникла Хамовая улица. Хамовниками в 18 веке называли ткачей, мастеров по производству парусины и полотна [2]. Улицу сначала прозвали Хамовской, но впоследствии резко изменился социальный состав ее жителей, стал престижным район Фонтанки и появилась фольклорная – «Моховая», ведь берега рек до их укрепления были топкими и можно предположить, что название произошло от болотного мха.

Река Фонтанка (Безымянный Ерик) получившая свое название от фонтанов Летнего сада, для которых из нее брали воду, является свидетельницей еще одного фольклорного примера в названии Лештукова моста. Так в народном просторечии (Лешток, Лешуков) называли личного лейб-медика Елизаветы Петровны, влиятельного графа Лестока, у которого была дача на берегу реки. Из различных вариативных названий чаще оставались те, что были более понятны и удобны в речевом произношении.

Кстати, любимые всеми сегодня «дачи» («давать») имеют также петербургское социально-территориальное происхождение. Петр 1, решал сразу две задачи, радея об ускорении освоения и благоустройства территорий близ новой столицы, награждал приближенных за заслуги перед отечеством, бесплатно раздавая им участки земли для

строительства усадеб и дворцов. Он любил, наезжая к ним в гости, зорко следить за процветанием своего «дарения».

В северном пригороде Петербурга сохранилось название дачного поселка «Осиновая Роща», где при усадьбе князя Вяземского вокруг дворца был разбит великолепный парк. Интересно, что ни среди его богатой коллекции цветов и растений, ни вблизи, среди вековых берез и елей осин не было вовсе. Первоначальное же название, «Осиная Роща», произошло от множества диких ос, издавна облюбовавших это место, было забыто и заменено фольклорным – «Осиновая».

По Садовой по Большой Нет березки ни одной.

По Гороховой я шел, А гороху не нашел.

Море видеть я хотел И в Морскую полетел,

Но и в Малой, и в Большой Капли нет воды морской [1].

В Петербурге пословицы, поговорки и выражения: «Шары поплыли», «Дурак умного догоняет, да Исакий мешает», «Всякий сам себе Исакий», «Легче Медного всадника уговорить», «Бедный Павел», «Сенат и Синод живут под Арками», «Ох, та сторона», «Не лезь в бутылку», «Точно, как из пушки», «Ульянка» и «Аничка», «Катин садик» и «Чижик-пыжик», «Пряжка» и «Новая Голландия», «Поцелуев мост» и многие другие - воспринимались как реальные.

Здесь даже выражение «На обиженных воду возят» принимало буквальный смысл, когда водовоза наказывали за обман покупателей в случае, если тот набрал воду не из чистой Невы (белые бочки), а из Фонтанки (желтые), или из каналов (зеленые), т.е., где-то из водоема поближе. Выдавал хозяйственную воду похуже за питьевую, невскую. За это власти не только штрафовали рублем, но и отбирали лошадь на несколько дней и заставляли демонстративно возить бочку на тележке, публично на смех всему городу. Водовозы злились, обижались, но поделаться ничего не могли, а другим nepовaдно было.

Выражение «слоняться» также возникло в Елизаветинском Петербурге во времена, когда рабочие Слоновъего Двора «по улице слона водили...», сначала от того, что собиралось много зевак посмотреть на необычных для России животных, затем фольклорное выражение так осталось, обозначая праздное шатание по городу.

Народный фольклор социальной территориальной общности Санкт-Петербурга отражен во многих городских мифах, в романтических легендах, в анекдотах. Это – и магические «места силы», и анималистические тотемные названия «города на островах»: Заячий остров (зайчонок, прыгнувший в ботфорт царя Петра); Медвежий (Мишин, Михайлин, Елагин) остров («думали, что увидим шведов, а увидели мишку»); острова Вороний (Аптекарский), Кошачий (Канонерский), мыс Лисий Нос.

Особенно богат на фольклор Лосиный (Васильевский) остров: 1) по записям в Водской пятине в Великом Новгороде в 1500 году он значится как Васильев; 2) название идет по именам рыбацкой семьи (Василий и Василиса), жившей когда-то на острове. (Именно их именами до сих пор называют некоторые китайские «экскурсоводы» скульптуры у подножия Ростральных колонн своим любознательным согражданам-туристам, не вдаваясь в подробности символов четырех русских рек); 3)

по имени одного из новгородских посадников времен Ивана 3-го – Василия Селезня; 4) название дано царем Петром-1 от его приказов: «Василию, на остров!», - по имени командира артбатареи на Стрелке острова Василия Корчмина.

Есть шутка-загадка о «самых редких» названиях 50 петербургских улиц: 27 Линий ВО, 13 Ротных (ныне Красноармейских) и 10 Рождественских (ныне Советских). Сколько возникло легенд и мифов, связанных с дворцами и замками, храмами и мостами, садами и парками, оградами и решетками, реками и каналами города! А сколько легенд и примет родилось и до сих пор существует в городе в связи со знаменитыми петербургскими львами, грифонами (полу львами - полу орлами, охранными собаками древнегреческого бога Зевса), загадочными сфинксами. И все это при том, что социальная территориальная общность Санкт-Петербурга - самая молодая среди всех европейских столиц.

Таким образом, фольклорная культура обеспечила себе заметное и законное место в социокультурном пространстве Санкт-Петербурга, создавая, формируя и поддерживая городские традиции, особенность юмора, характера и стиля жизни социальной территориальной общности.

#### Литература:

1. Синдаловский А. Н., Синдаловский Л. Н. Наум Синдаловский - Мифология Петербурга: Очерки. - История, издательство «Норинт», - 2002.
2. Пыляев М. И. Забытое прошлое окрестностей Петербурга. СПб., 1996.
3. Бирюкова Т.Н., Никонорова Е.А. Роль факторов исторического опыта отечественной социологии для социального управления процессами рационального реформирования в современном российском обществе : Технологии PR и рекламы в современном обществе // Материалы Всероссийской научно-практической конференции, 20 марта 2018 г., Санкт-Петербург. Т. 1 – СПб. : Изд-во Политехн. ун-та, 2018. – 252 с. – С. 63-67.

## СЕКЦИЯ 7. ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЕ СРЕДЫ ЦИФРОВОЙ КУЛЬТУРЫ

## SECTION 7. INTELLECTUAL ENVIRONMENTS OF DIGITAL CULTURE

УДК 316.77, ББК 60.0

А.В. Козлов, А.Р. Каньковская, А.Б. Тесля  
Aleksandr Kozlov, Alina Kankovskaya, Anna Teslya  
avk55-spb@yandex.ru  
Kankowska\_alina@mail.ru  
anntes@list.ru

### **Проблемы формирования цифровой культуры студентов технического университета**

### **Problems of formation of digital culture of students of technical University**

*Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург, Россия*  
*Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University, St. Petersburg, Russia*

Представлены результаты исследований, проведенных в Петербургском политехническом университете Петра Великого в весеннем семестре 2017/2018 учебного года. Проводимое исследование имело своей целью оценить уровень цифровой культуры студентов, обучающихся по программам экономики и менеджмента в техническом университете. Исследование позволило уточнить представление о том, насколько активно студенты готовы использовать цифровые инструменты в учебном процессе, а также каково соотношение традиционных и современных форм в процессе самообразования обучающихся.

Ключевые слова: цифровая культура, цифровые инструменты, компетенции, образовательные платформы

The paper presents the results of study conducted at the Peter the Great St.Petersburg Polytechnic University during the spring semester of 217/18 academic year. The goal of the investigation was valuing of digital culture of students of the technical university studying economics and management. The investigation allows to receive information regarding ability and readiness of the students to use digital tools in the process of studying and their approaches to traditional and digital tools in educational process.

Keywords: digital culture, digital tools, competencies, educational platforms

Важным направлением развития современных процессов не только хозяйственной, но и всех сфер человеческой деятельности, являются процессы цифровизации и последующей работы с большими массивами данных. Важнейшей компетенцией современного человека является способность справляться с новыми вызовами современных технологий. Под цифровой компетентностью традиционно понимают способность свободно и безопасно использовать инфрокоммуникационные навыки, как в процессе обучения, так и в повседневной и профессиональной деятельности. Таким образом, формируется новая «цифровая культура» профессионального и социального взаимодействия людей. С другой стороны, «цифровая культура» фактически становится необходимым условием развития цифровой экономики будущего, предоставляя людям новых возможности и

способности участия в жизни общества, способствуя социальной интеграции. Однако, согласно [1] значительная часть населения исключена из этого процесса. Проблема является глобальной. Например, согласно исследованиям Палаты общин в Великобритании «почти 50% работодателей имеют разрыв в цифровых навыках, который включает в себя специальные технические роли». [2] Возможности развития экономики во многом зависят от способностей будущих специалистов решать новые задачи цифровой обработки и возможности их дальнейшего использования. Будущие кадры цифровой экономики формируются сейчас в технических университетах. Поэтому целью исследования были анализ характеристик текущего уровня цифровой культуры студентов технического университета, как наиболее мобильной, мотивированной и способной к восприятию нового общественной группы, и идентификация возможных проблем с цифровыми компетенциями, которые могут возникнуть в цифровой экономике будущего.

Интерес к проблеме подтверждается исследователи в данной области, например, в работе [3] делается акцент на анализе информационного поведения группы студентов в области социальных наук. Идет поиск [4] факторов, влияющих на информационную грамотность студентов университетов. Достаточно большая часть авторов [5,6,7] акцентируют внимание на гендерных аспектах цифровых компетенций студентов университетов. Исследование, основанное на данных, полученных из онлайн-опроса студентов из трех разных типов университетов Испании [8], выделяет ряд детерминантов, показывающих, какие группы чаще использует интернет-практики в процессе обучения. Отечественные исследования в первую очередь сосредоточены на обосновании эффективности новых технологий обучения. Большинство работ носит описательный характер и основано на качественных оценках [9,10,11], рассматривая возможности применения онлайн-сервисов для решения методических задач, потенциал использования цифровых видеоматериалов и т.д. Анализируются вопросы, касающийся не современных студенческих цифровых навыков, а содержания учебных планов и учебных программ с точки зрения официальных требований к использованию ИТ и цифровых инструментов и платформ в учебном процессе [12].

Использование и подходов студентов к цифровым инструментам [13] ограничивается анализом достижений, когда вместо лекции использовался интерактивный учебник (iBook). Таким образом, обзор литературы подтвердил недостаточное число исследований актуального состояния дел в области цифровой культуры и современных цифровых навыков студентов технических университетов.

Методология исследования основана на классическом подходе к исследованиям, предполагающим обследование целевых групп путем опроса и состоит из следующих этапов: (1) формулировка цели исследования; (2) идентификация целевой группы - студенты Института промышленного менеджмента, экономики и торговли Санкт-Петербургского политехнического университета Петра Великого; (3) разработка опросного листа из 18 вопросов; (4) проведение анкетирования 176 представителей целевой группы; (5) обработка и анализ полученных результатов. [14]

Исследование проводилось в Петербургском политехническом университете имени Петра Великого в течение весеннего семестра 2017/18 учебного года среди студентов Института промышленного управления, экономики и торговли. Распределение студентов по уровню обучения, гендерному признаку и странам представлено на рис. 1

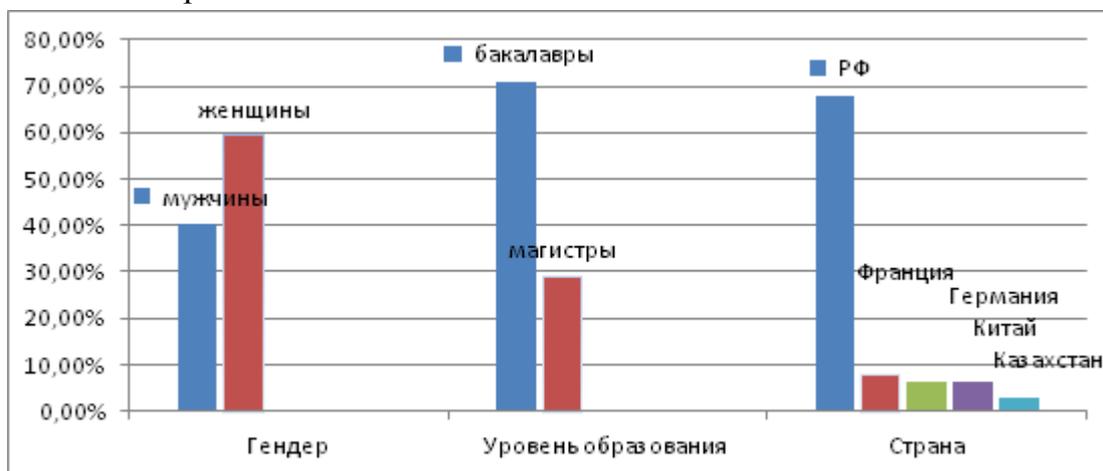


Рис. 1. Распределение контингента опрошенных

Выделим основные результаты: 78,5% респондентов уверены, что электронное обучение не может полностью заменить традиционные методы обучения (лекции, семинары, лаборатории). Они готовы рассматривать их как дополнительные возможности учебного процесса. 52,5% студентов регулярно используют специализированные образовательные приложения, но почти треть (28%) не делают этого. 63% студентов используют образовательные платформы (EP) для самостоятельной подготовки в учебном процессе, среди них (OpenEdu - 43,2%, российский лекторий - 8,14%, Coursera - 4,8%). Отметим, что большинство студентов не готово платить за образовательные ресурсы, считая, что полный доступ к ним должен обеспечивать университет.

Дополнительным подтверждением является приоритетный выбор печатного варианта учебника (3,84 п.п. по шкале из 5), перед электронным учебником (3,66 п.п.) и видео-курсом (3,29 п.п.).

Социальные сети и мессенджеры студенты используют преимущественно по личным темам (46% и 58% общего времени общения). Общение с другими студентами по темам обучения занимает соответственно 34% и 30,8% общего времени общения. Только 6% времени посвящено общению с преподавателями в мессенджерах и социальных сетях, студенты отдают предпочтения личным консультациям и непосредственному обсуждению учебных проблем.

Таким образом, основную часть студентов можно считать приобщенными к цифровой культуре, но преимущественно в части неформального общения. В то же время, (примерно 30-35%) можно назвать скорее консервативными в подходе к использованию современных информационных и цифровых технологий в обучении.

Если предположить, что выпускники будут придерживаться такого же консервативного подхода на своих будущих рабочих местах в промышленности, это может стать серьезным препятствием для формирования цифровой экономики

Следует отметить, что исследование охватывает довольно ограниченную выборку студентов одного Института Санкт-Петербургского политехнического университета Петра Великого, поэтому направлениями будущих исследований должны быть, во-первых, исследование более широкой выборки, в т.ч. из разных институтов университета, во-вторых, более детальное исследование поведения и мотивации консервативных студентов и анализ барьеров, препятствующих использованию электронного обучения, информационных и цифровых технологий в учебном процессе.

#### Литература

1. Mossberger K., Tolbert C. J., McNeal R. S. Digital citizenship: The Internet, society, and participation. – MIT Press, 2007.
2. Blackwood N. Digital skills crisis: second report of Session 2016–17: report, together with formal minutes relating to the report: ordered by the House of Commons to be printed 7 Jun 2016. – 2016.
3. Pinto M., Fernandez-Pascual R., Sales D. Communication of information in the digital age among social sciences students: Uncovering a synthetic indicator of performance //Aslib Journal of Information Management. – 2018. – Т. 70. – №. 4. – С. 326-343.
4. Podgornik, B.B., Dolničar, D., Bartol, T., & Šorgo, A. Information literacy in higher education: Effects of study courses, teaching methods, scientific literacy and the use of information and communication technologies. Book Chapter. Information Literacy: Progress, Trends and Challenges, Nova Science Publishers, Inc., 2018 - p. 61-89.
5. Cabezas González M., Casillas Martín S. Social Educators: A Study of Digital Competence from a Gender Differences Perspective //Croatian Journal of Education: Hrvatski časopis za odgoj i obrazovanje. – 2018. – Т. 20. – №. 1. – С. 11-42.
6. Vázquez-Cano E., Meneses E. L., García-Garzón E. Differences in basic digital competences between male and female university students of Social Sciences in Spain //International Journal of Educational Technology in Higher Education. – 2017. – Т. 14. – №. 1. – С. 27.
7. Basri W. S., Alandejani J. A., Almadani F. M. ICT Adoption Impact on Students' Academic Performance: Evidence from Saudi Universities //Education Research International. – 2018. – Т. 2018.
8. Castao-Muoz J., Duarte J., Teresa S. V. Determinants of Internet use for interactive learning: an exploratory study //Journal of New Approaches in Educational Research (NAER Journal). – 2015. – Т. 4. – №. 1. – С. 24-31
9. Грунчева Е. В. Освоение общепрофессиональных компетенций на творческих факультетах средствами новых информационных технологий в сфере экранных искусств //Вестник Кемеровского государственного университета культуры и искусств. – 2016. – №. 36.
10. Кизилова Т. Ю. Использование цифровых технологий в обучении иностранному языку: за и против //ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ЛИНГВООБРАЗОВАНИЕ. – 2016. – С. 183-188.
11. Душинина Е. В. О преимуществах использования цифровых видеоматериалов на занятиях по иностранному языку //Вестник СГУГиТ (Сибирского государственного университета геосистем и технологий). – 2015. – №. 3 (31).
12. Kozlov, A., Kankovskaya, A., & Mirolubova, O. Digital skills in formation of professional competences of students studying Economics. Proceedings of International Conference on ICT Management for Global Competitiveness and Economic Growth in Emerging Economies. (ICTM2017). Wrocław, Poland, October 23-24, 2017. С. 228-231.
13. O'Bannon B. W., Skolits G. J., Lubke J. K. The influence of digital interactive textbook instruction on student learning preferences, outcomes, and motivation //Journal of Research on Technology in Education. – 2017. – Т. 49. – №. 3-4. – С. 103-116.
14. Ghauri P., Gronhaug K. Research Methods in Business Studies 4th Editio. – 2010.

**Когнитивные принципы управляемой учебной коммуникации  
в электронных обучающих средах  
Cognitive Principles of Controlled Educational Communication  
in the E-learning Environment**

*Институт кибернетики и образовательной информатики ФИЦ «Информатика и управление» РАН,  
Москва*

*Institute for Cybernetics and Informatics in Education of the Federal Research Centre “Computer Science  
and Control” of the Russian Academy of Sciences, Moscow, Russia*

В статье обсуждается проблема управления учебной коммуникацией с точки зрения трансляции знаний и формирования когнитивного опыта учащихся при работе в электронных обучающих средах. Когнитивные принципы управляемой учебной коммуникации базируются на рациональном сочетании «опыта когниции» и «опыта коммуникации» в рамках той степени автономии, которая предоставляется учащимся в ходе осуществления учебно-познавательной деятельности.

Ключевые слова: учебная коммуникация, автономия, электронная обучающая среда, зона актуального развития, зона ближайшего развития, зона перспективного развития, опыт когниции, опыт коммуникации

The article discusses the problem of educational communication management in terms of knowledge transaction and cognitive experience which students purchase when they work in e-learning environments. The cognitive principles of controlled educational communication are based on a reasonable combination of “cognitive experience” and “communication experience” which depends on the degree of autonomy that is provided to students performing educational and cognitive activities.

Keywords: educational communication, autonomy, e-learning environment, zone of actual development, zone of proximal development, zone of perspective development, cognition experience, communication experience

Несмотря на широкое распространение электронного обучения, методология работы учащихся в электронных обучающих средах (ЭОС), находится в настоящее время ещё на стадии становления. Одной из существенных методологических проблем, связанных с самостоятельной работой учащихся в ЭОС, является реализация принципа автономии, то есть их способности осуществлять учебно-познавательную деятельность без излишнего вмешательства учителя, когда школьники сами могут планировать способы деятельности, выбирать любые информационные источники и инструменты осуществления деятельности в зависимости от типа и сложности решаемых задач.

Различают по меньшей мере четыре степени автономии учащихся: полную, дозированную, управляемую и так называемую «нулевую» автономию. «Нулевая» автономия предполагает усвоение учащимися нового знания или освоение ими новых видов деятельности под тотальным контролем педагога, что противоречит принципам электронного обучения. На противоположном конце шкалы находится *полная автономия*, которая действует в зоне актуального развития ребёнка по Л.С. Выготскому [1], когда учащийся способен справиться с поставленной перед ним учебно-познавательной задачей самостоятельно и оценить результаты своей деятельности сам или воспользоваться оценкой своих партнёров по совместной работе в ЭОС.

Выход учащихся за пределы зоны актуального развития – в зону ближайшего развития – необходим для дальнейшего освоения нового более сложного знания, что непременно предполагает частичную утрату ими своей автономии. Поэтому автономию такого типа можно назвать *дозированной автономией*. Она представляет собой разумное сочетание «нулевой» и полной автономии, когда учащимся предоставляется самостоятельность в зависимости от этапа решения конкретной учебно-познавательной задачи, причём не по их запросу, а по выбору учителя, оценивающего учебную ситуацию в соответствии с результатами выполнения очередного этапа.

По мере обретения опыта самостоятельной учебно-познавательной деятельности учащиеся преодолевают границы зоны своего ближайшего развития, выходя в зону перспективного развития [2, с. 245-246], что соответствует уровню *управляемой автономии*, которая в большей степени отвечает их ожиданиям. В этой зоне учащимся по их запросу может быть доверена полная самостоятельность в принятии решения о целях и задачах учебно-познавательной деятельности, о выборе инструментов для их реализации, планировании результата и об ответственности за этот результат. Задача учителя – принимать во внимание эти запросы, оценивать их целесообразность, обсуждать их с учащимися и корректировать в случае необходимости.

Таким образом, чтобы самостоятельная работа осуществлялась учащимися продуктивно, ЭОС должны стать не просто системами, обеспечивающими учебную коммуникацию в традиционном понимании этого вида деятельности, а такими «интеллектуальными образованиями», с помощью которых могло бы осуществляться управление автономией учащихся при трансляции знания и приобретении необходимых учащимся компетенций для применения этого знания на практике.

На каких принципах целесообразно осуществлять такого рода учебную коммуникацию в ЭОС? Основой подобных принципов должно являться сочетание «опыта когниции» и «опыта коммуникации». Рассмотрим более подробно, что понимает современная наука под этими разновидностями, или модальностями, опыта.

«Опытом когниции»<sup>1</sup> по аналогии с исходной установкой на рациональную познаваемость мира в общефилософском плане называют личный познавательный опыт человека, имеющий множество аспектов, позволяющих, как странно бы это ни звучало, рассматривать этот опыт «в качестве полярной противоположности, но вместе с тем и необходимого контрагента опыта коммуникации» [3, с. 89-90]. Подобная двойственность познавательного опыта человека, на короткое время ушедшая из поля зрения философии науки в эпоху неклассического знания, вернулась к нам во времена постнеклассики в связи с виртуализацией процессов коммуникации.

Трансформация личного познавательного опыта человека в информационную эпоху обусловлена, прежде всего, расширением границ этого опыта за счёт

---

<sup>1</sup> Термин «опыт когниции» восходит к тому периоду Нового времени (XV-XIX вв.), когда науке и философии «наконец-то удалось вступить на единственно верный путь познания истинных основ и законов бытия и практического освоения во благо человека всех наличных ресурсов мироздания» [3, с. 89].

возможности доступа – практически неограниченного – к большим объёмам информации. Переработка информации в знания (а не пассивное её восприятие) в ЭОС требует активной познавательной деятельности, направленной на развитие мышления, поскольку любое рефлексивное отношение к своей деятельности – к чему ведёт автономия учащихся – способствует «организации хода своих мыслей и контролю за ними» [4, с. 217]. Это особенно важно, поскольку одна из опасностей, которую таит в себе увеличение объёма и скорости информационных потоков, заключается в стереотипировании видов и способов деятельности, в том числе и учебно-познавательной [3, с. 268].

Когда возникает угроза следовать в поведении определённым стереотипам, что действительно является одним из механизмов адаптации массового сознания к возрастающим потокам информации, то в условиях учебной электронной коммуникации это приводит к стремлению учащихся мыслить шаблонно, а не творчески, находить простые известные решения, а не искать собственные пути, замыкаться на том, что уже кем-то сделано, а не накапливать собственный познавательный опыт – опыт когниции. Бесспорно, шаблонные решения и изучение чужого опыта являются необходимыми стадиями процесс познания, однако риски остановиться на этих этапах, не проявляя в дальнейшем «пытливость ума», в системах электронной коммуникации возрастают многократно.

Обладая разной степенью автономии, учащиеся приобретают разноуровневый опыт когниции и, соответственно, разноуровневый опыт коммуникации. И наоборот, управление автономией учащихся меняет характер коммуникации, что приводит к дополнительному приобретению опыта когниции, поскольку «состояние мышления зависит от характера коммуникации» [5, с. 282], «а новая реальность и проблемы, встающие в ней, – это одна из предпосылок очередного этапа развития мышления» [5, с. 297].

На коммуникативный опыт человека влияет развитие современных средств коммуникации, и в первую очередь Интернета как сетевого пространства высокого уровня сложности. Современные школьники, освоив все доступные способы коммуникации в сети, которые не требуют от них особых интеллектуальных усилий, невольно переносят принятые стратегии на работу в ЭОС, не учитывая, что учебная коммуникация – это инструмент **обучения в ходе общения**, а не способ **общения вместо обучения**. С другой стороны, учебная коммуникация в ЭОС – это вид сетевой коммуникации, влияющей на работу высших психических функций человека – памяти, мышления, речи и восприятия, которые в свою очередь формируют познавательные способности и познавательную активность человека. Именно этот феномен назван в [3, с. 97] «слоем человеческого опыта, каким является опыт коммуникации в качестве необходимой предпосылки опыта когниции».

Приобретая опыт коммуникации и учебного информационного взаимодействия в ЭОС за счёт различных уровней автономии, учащиеся превращаются из пассивных потребителей клиповой информации – роли, которая им отведена в сети, – «в активного соучастника, агента коммуникативного взаимодействия, осуществляемого

по принципу обратной связи» [3, с. 98]. При этом уровень информационного обмена между участниками учебной коммуникации существенным образом влияет на их познавательные способности и применяемые ими стратегии учебной деятельности. Более того, сетевая учебная коммуникация выступает как форма коллективного мышления, за счёт чего при умелом управлении резко повышается его креативный потенциал; атмосфера соревновательности, оппонирования и взаимопомощи повышает эффективность мыслительных процессов [5, с. 296]; управление автономией со стороны учителя действует как методологическое сопровождение работы учащихся, предполагающее рефлексию и обратную связь.

Это те характеристики, которые сближают опыт когниции с опытом коммуникации. Какие чертами-антагонистами обладают эти две модальности опыта?

Прежде всего, следует указать на противоречие между клиповым и импульсным восприятием информации, характерным для современного «жителя» виртуального мира, и необходимостью её вдумчивой, глубокой обработки. Второй важной оппозицией является активная учебная коммуникация в ЭОС (командная работа) и формирование индивидуального познавательного стиля, который выражается (и одновременно формируется) на этапах восприятия информации; переработки информации; выбора стратегий постановки и решения проблем; познавательного отношения к окружающей действительности [6, с. 270]. И, наконец, риски подмены реальных мыслительных процессов плагиаторством – незаконным заимствованием результатов чужого интеллектуального труда – авторов материалов, выложенных в сети, или своих товарищей по работе в ЭОС, что сходно с упоминаемой выше угрозой следовать стереотипам в поведении.

Ключ к сглаживанию этих противоречий кроется в когнитивных принципах управляемой учебной коммуникации в ЭОС, каковыми являются:

- варьирование степенью автономии учащихся;
- параллельное формирование двух модальностей опыта – опыта коммуникации и опыта когниции – за счёт гармоничного взаимодействия их единства и нивелирования антагонизмов;
- использование резервов мышления за счёт новых способов учебной коммуникации, возникающих с развитием технических возможностей электронно-цифровых устройств и методологии учебно-познавательной деятельности в условиях информатизации.

Результатом реализации принципов, как ожидается, станет адекватное осознание учащимися своей роли и места в виртуальном мире: не как бездумных коммуникантов и потребителей разного рода «нефильтрованной» информации, а как её преобразователей и создателей себя как интеллектуальных личностей.

Литература

1. Выготский Л.С. Психология развития. Избранные работы / Л.С. Выготский. – М.: Юрайт, 2018. – 282 с.
2. Корчажкина О.М. Содержание и практика применения метапредметного подхода к смешанному обучению / О.М. Корчажкина. – Московская обл., г. Ногинск: АНАЛИТИКА РОДИС, 2017. – 450 с.

3. Информационная эпоха: вызовы человеку / под ред. И.Ю. Алексеевой и А.Ю. Сидорова. – М.: Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 2010. – 335 с.
4. Шадриков В.Д. Ментальное развитие человека / В.Д. Шадриков. – М.: Аспект Пресс, 2007. – 284 с.
5. Розин В.М. Мышление: сущность и развитие. Концепции мышления. Роль мыслящей личности. Циклы развития мышления / В.М. Розин. – М.: ЛЕНАНД, 2015. – 368 с.
6. Холодная М.А. Когнитивные стили: О природе индивидуального ума. Учебное пособие / М. А. Холодная. – М.: ПЕР СЭ, 2002. – 304 с.

УДК 316.33, ББК 60.59

А.А. Павлов  
Aleksandr Pavlov  
pavlov.aleksandr.sbor@yandex.ru

### **Безопасный город как составляющая концепции «умного города» Safe city as a component of the «smart city» concept**

*Северо-Западный институт управления – филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации  
North-West Institute of Management – branch of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration*

В статье рассматриваются особенности обеспечения общественной безопасности в современных условиях в рамках использования концепции «умного города». В настоящее время в Российской Федерации поставлена задача формирования устойчивого социально-экономического развития и рост инвестиционной привлекательности страны. В связи с этим необходима выработка единого подхода, чтобы обеспечить общественную безопасность, правопорядок и безопасность окружающей среды в условиях, когда сохраняется высокий уровень рисков, имеющих техногенный и природный характер. В современных условиях возросших требований к функциональной наполненности систем безопасности, стоит отметить отсутствие единого подхода к решению данного вопроса. Все это привело к необходимости формирования единой концепции безопасного города как на уровне субъектов Российской Федерации, так и на уровне муниципальных образований.

Ключевые слова: умный город; безопасность; концепция; инновация; правопорядок; предупреждение; мониторинг; контроль.

The article deals with the features of public security in modern conditions in the framework of the concept of "smart city". Currently, the Russian Federation has set the task of forming sustainable socio-economic development and increasing the investment attractiveness of the country. In this regard, it is necessary to develop a unified approach to ensure public safety, law and order and environmental safety in conditions where there is a high level of risks of technogenic and natural character. In modern conditions of increased requirements to the functional content of security systems, it is worth noting the lack of a unified approach to the solution of this issue. All this has led to the need to form a unified concept of a safe city both at the level of the constituent entities of the Russian Federation and at the level of municipalities.

Keywords: smart city; security; concept; innovation; law and order; prevention; monitoring; control.

В эпоху информатизации общества возникновение все новых угроз и проблем жизнедеятельности человека привело к тому, что функциональное предназначение города в современных условиях переосмысливается и способы организации городского пространства в интересах горожан трансформируются. Все более популярными становятся идеи «безопасного города», которые ориентированы прежде всего на общество. Как показывают результаты последних исследований, самыми безопасными городами в мире являются: Токио, Сингапур, Осака, Стокгольм, Амстердам, Сидней, Цюрих, Торонто, Мельбурн, Нью-Йорк. Москва занимает только

43 место по уровню безопасности. Безопасный город характеризуется не столько набором применяемых высокотехнологичных решений, сколько тем, насколько данные решения способствуют преодолению вызовов, с которыми города сталкиваются на текущем этапе развития: высокий уровень износа основных городских инфраструктур, дефицит бюджетных ресурсов для решения задач текущего функционирования городов, ухудшение показателей окружающей среды и пр. Процесс урбанизации, а также приближение городов к предельным значениям показателей надежности и функциональности существующей инфраструктуры обуславливают усиление потребности во внедрении передовых технологий для повышения безопасности и эффективности функционирования городской экосистемы. Большинство вопросов, связанных с преодолением обозначенных выше вызовов, могут быть частично или полностью решены за счет реализации в российских городах сценария цифровой трансформации в рамках наиболее актуального понимания концепции безопасного города как составляющей умного города. Как обеспечить высокий уровень общественной безопасности, используя концепцию «умного города»? Какие современные технологии позволят городу стать безопасным?

Каждая эпоха привносит в развитие городов идею и содержание, которые становятся олицетворением основного направления эволюции общества в целом. В традиционных обществах города выполняли, в первую очередь, функцию «рыночной площади». В индустриальную эпоху пульсирующими точками развития общества стали моногорода - населенные пункты, которые располагались в местах добычи или переработки природных ресурсов. Переход к информационному обществу выдвигает идею и проект «умного города». «Умный город» («Smart City») представляет собой городское поселение, в котором управление всеми функциями города базируется на современных информационно-коммуникационных технологиях [1].

Реализация первых проектов умных городов началась в США, Китае, Европе, данные проекты включали в себя разработку и внедрение отдельных компонентов, входящих в интеллектуальную сеть городского пространства. Среди данных компонентов в первую очередь стоит отметить инженерные системы, которые позволяли эффективно использовать источники энергии, что приводило к минимизации воздействия на окружающую среду; благоустроенность общественных зон; инновационные системы в образовании, здравоохранении, сфере услуг и т.д.

«Умный город» - это многомерная концепция, основанная на умных технологиях, структурированных вокруг нескольких основных составляющих: умная мобильность, умная среда, умное управление, умная жизнь и все, что нацелено на формирование благополучия и благосостояния людей [2]. В настоящее же время за рубежом активное внедрение и реализация идеи «умного города» отразилось в формировании рейтингов и методологии определения степени «умности» городского поселения (the smartness degree) [3]. Как показывают исследования, «умность» города проявляет себя во многих аспектах городской жизни и в городском пространстве. Так, например, современное городское пространство нуждается в стратегическом и

тактическом планировании Urban transit system, учитывающем не только удобство пассажироперевозок, но и информированное сопровождение и friendly to the environment [4]; рациональное использование энергетики, экологических и климатических ресурсов побуждает пересмотреть планирование и застройку городских территорий [5]; насыщение городского пространства информационными системами трансформирует его в киберпространство, что позволяет создавать City profile, моделировать изменения и управлять ими [6] и т.д.

В современных условиях определены базовые принципы, на основе которых должна выстраиваться модель «умного города». Это главным образом экономико-управленческие (бюджетирование, научная обоснованность, согласованность и целостность управляющих воздействий, честность и этика бизнеса и др.); социальные (приоритетность обеспечения высокого уровня жизни населения, обеспечение безопасности среды, демократия и др.); организационно-технические (постоянное совершенствование системы, модернизация процессов управления, недопустимость зон безответственности и др.); экологические (экологическая безопасность, единение города и природы и др.) [7].

Одним из важных требований и критериев, предъявляемых к концепции «умного города» является обеспечение безопасности населения. Данные исследований ООН показали, что площадь Земли, занятая городами, составляет всего 2,6% от всей площади, однако города обеспечивают примерно 80% ВВП всего мира, используя при этом около 75% природных ресурсов и энергии, в результате такой деятельности городами выбрасывается в атмосферу около 75% всего углекислого газа и 70% мусора. С развитием городов их жизнедеятельности угрожают все новые угрозы: терроризм, увеличение числа природных катаклизмов, рост уровня миграции, увеличение численности населения, рост уровня нищеты, дальнейшее ухудшение состояния окружающей среды.

Городские угрозы условно делятся на два уровня, первый это «угрозы в городе», вторая – «угрозы городу». К первой группе следует отнести такие типовые угрозы, как повреждение коммунальных систем, преступность и др. Ко второй группе следует отнести риск и опасность жизнедеятельности города, например, деятельность предприятий в сфере промышленности и энергетики и др. [8].

Специфика угроз, а также необходимость обеспечения общественной безопасности определили, что «безопасный город» как составляющая концепции «умного города» является совокупностью организационно-технических мероприятий, которые направлены на формирование эффективных управленческих решений на основе регистрации аварийных и экстремальных ситуаций и событий в сложной территориально распределенной инфраструктуре, которая интегрирована с программно-аппаратными средствами интеллектуальной обработки информации, которые координируются централизованно [9]; это система организационно-технических мер, направленных на профилактику преступности и пресечение криминальных посягательств на жизнь и имущество граждан, создание

психологической обстановки безопасного пребывания на улицах, площадях, в местах массового посещения и проживания [10].

Несмотря на то, что реальные размеры мирового рынка технологий безопасного города обозначить довольно сложно и еще сложнее предсказать, как они изменятся в средне- и долгосрочной перспективе, некоторые попытки в этом направлении все же предпринимаются. Так, по оценкам исследовательской компании Markets and Markets, объем рынка в 2017 году составлял 424,68 млрд. долларов США, а к 2022-му он достигнет уже 1,2 трлн. долларов США. Другую оценку приводят специалисты агентства Frost&Sullivan: согласно их прогнозам, рынок технологий безопасного города к 2025 году достигнет 2,4 трлн. долларов США. Рост рынка в том числе обусловлен и тем, что по мере развития на него, помимо традиционных ИТ-компаний и инфраструктурных гигантов, начинают выходить и новые типы игроков - малые и средние технологические фирмы, инжиниринговые и консалтинговые компании.

Обращаясь к российским реалиям обеспечения безопасности, можно выделить следующие уровни ее обеспечения: на уровне субъектов Российской Федерации и на уровне муниципальных образований. Общая характерная особенность существующих угроз в современном мире - их взаимосвязанный характер, который выражен в том, что одна угроза приводит к целой цепи других бедствий, в связи с этим определяется необходимость в выстраивании комплексного подхода для обеспечения общественной безопасности и безопасности среды обитания.

Российский опыт в развитии безопасных городов нельзя отнести к передовому. В публикуемых международных рейтингах Россия, как правило, представлена слабо и не на первых позициях. Среди ключевых игроков на рынках технологий умного города фактически фигурирует лишь одна компания из России - Kaspersky Lab, предоставляющая решения в области кибербезопасности. Реализуемые в стране проекты безопасного города на данном этапе преимущественно связаны с точечной цифровизацией и интеллектуализацией отдельных сервисов и элементов инфраструктуры. Кроме того, проведенный анализ патентной и публикационной активности показывает, что в России отсутствуют собственные технологические заделы по большинству направлений развития безопасного города. Несмотря на это, сегодня в стране постепенно приходит осознание того, что реализация концепции безопасного города может привести к кардинальному повышению эффективности функционирования как отдельных элементов городской инфраструктуры, так и городов (городских систем) в целом.

Одной из традиционных российских проблем является раскоординированность деятельности, в том числе служб, участвующих в обеспечении общественной безопасности (Совет безопасности РФ, органы внутренних дел и внутренние войска МВД РФ; органы Федеральной службы безопасности РФ; органы Службы внешней разведки РФ; органы Федеральной службы по контролю за оборотом наркотиков; органы Федеральной службы охраны; таможенные органы Федеральной таможенной службы; Министерство юстиции РФ; Федеральная служба войск национальной гвардии Российской Федерации (Росгвардия), Министерство Российской Федерации

по делам гражданской обороны, чрезвычайным ситуациям и ликвидации последствий стихийных бедствий). Для повышения уровня безопасности города на уровне местного самоуправления целесообразным является создание системы оперативного взаимодействия служб, их совместное участие с использованием современных цифровых технологий позволит создать комплексную информационную систему прогнозирования, мониторинга, предупреждения угроз и ликвидации последствий, контроля за устранением возникающих чрезвычайных ситуаций.

Для формирования эффективной комплексной информационной системы «безопасного города» на уровне муниципальных образований необходимо:

1. Разработать единые требования функционального и технического характера, относящихся к аппаратно-программным средствам, которые ориентированы на возможность прогнозирования, быстрой реакции на угрозу, а также возможность предупреждения угроз по обеспечению высокого уровня безопасности на местном уровне.

2. Создание единого информационного пространства в рамках решения вопроса по обеспечению безопасности и мониторингу уровня обеспечения общественной безопасности.

3. Развитие системы моделирования и прогнозирования, использование ситуационного анализа с целью определения существующих угроз для обеспечения общественной безопасности, причин их появления, возможные пути их устранения.

4. Использование инновационных систем обеспечения общественной безопасности: космические системы навигации, гидрометеорологическое и топогеодезическое космическое обеспечение, а также прочие геоинформационные системы.

5. Необходимо создание новых программных и аппаратных отечественных средств поддержания и обеспечения общественной безопасности.

Многие исследования показывают, что для дальнейшего развития концепции безопасного города необходимо эффективное использование уже существующей инфраструктуры, а также результатов исследований и действующих ранее государственных программ, проводимых ранее в данной области. Базовым уровнем осуществления изменений в области общественной безопасности должен стать именно муниципальный уровень.

Реализация мероприятий по обеспечению высокого уровня общественной безопасности должна включать в себя возможность моделирования возможных направлений появления угроз общественной безопасности, моделирование системы по устранению выявленных угроз, расчет времени реакции на возникающие угрозы, осуществление контроля за устранением возникающих угроз. Необходимо формирование эффективной системы документооборота. Все это позволит повысить эффективность деятельности органов местного самоуправления, а также сформировать эффективную систему взаимодействия органов власти на всех уровнях, выстроить слаженную работу всех служб по обеспечению общественной безопасности, оптимизировать транспортные потоки, выстроить эффективную

систему взаимодействия населения и органов местного самоуправления, составить планы работ по предупреждению возникновения возможных угроз, создать эффективную информационную систему по обеспечению общественной безопасности.

Вместе с тем есть все основания полагать, что реализация концепции безопасного города может быть принята российскими городами в качестве целевой установки. Для этого существует несколько предпосылок. Во-первых, в российских городах (особенно крупных) сформировался запрос на внедрение технологий и продуктов нового поколения, способствующих эффективному решению наиболее актуальных проблем. Во-вторых, переход к безопасным городам воспринимается как один из элементов более масштабной инициативы по формированию в России цифрового общества и экономики. Наконец, в-третьих, активно формируется позиция государства относительно институционализации темы умных и безопасных цифровых городов.

В условиях разворачивающейся в мире технологической революции интеллектуализация процессов городского развития осуществляется в рамках активно развивающейся концепции умных городов. Сращивание концепции умного города и процессов безопасной трансформации, происходящее в России и мире, - уже случившаяся реальность. Характеристика «безопасный» с недавних пор является ключевой для современного поколения умных городов. Это означает, что долгосрочная стратегия развития для российских городов неминуемо связана с реализацией данного подхода.

В этих условиях происходит постепенный пересмотр подходов к управлению городским развитием, которое все больше опирается на передовые технологические решения, цифровизацию и платформизацию. Для концептуального осмысления такого перехода все чаще прибегают к термину умный город (smart city). Безопасный город является одним из основных составляющих «умного города».

Активная институционализация концепции безопасных городов (появление профильных стандартов, возникновение национальных и международных ассоциаций и рейтингов, все большее распространение термина в политическом дискурсе и т. д.) тесно связана с формированием на глобальном уровне специализированного рынка соответствующих технологий. По мере масштабирования различных групп технологических решений эта ниша становится все более привлекательной для инвестиций со стороны целого ряда игроков (бизнеса, государства, сообществ и т. д.).

Основными барьерами на пути цифровой трансформации российских городов являются, с одной стороны, барьеры для развития новых технологических решений (например, в части стандартизации новых технологий, привлечения альтернативных источников финансирования технологических проектов). С другой стороны, значительную роль играют правовые, организационные и технологические барьеры для внедрения технологий безопасного города муниципалитетами и бизнесом (например, устаревшие требования в СНИПах, особенности проведения госзакупок и др.).

С учетом данных барьеров первым шагом на пути создания условий для технологического перехода городских экосистем должно стать существенное совершенствование нормативно-правового регулирования. При этом наиболее продуктивным на начальном этапе представляется применение специального правового регулирования, направленного на стимулирование внедрения соответствующих технологических решений.

Особое внимание следует уделить становлению финансовых инструментов, обеспечивающих ресурсную поддержку реализации проектов безопасного города. Речь прежде всего идет о налоговых льготах, субсидиях и грантах в рамках профильных государственных программ, поддержке инициатив в области государственно-частного партнерства.

Базовыми технологическими решениями в области умной безопасности для современных городов выступают централизованные станции контроля, системы цифрового наблюдения, технологии предиктивного обнаружения, а также системы, обеспечивающие скоординированное реагирование на ситуации, связанные с нарушением безопасности и т.д. От фиксации повреждений или правонарушений комплексы безопасности все больше переходят к аналитике в режиме реального времени и предиктивной аналитике. С опорой на статистические модели и данные умных устройств они способны рассчитывать вероятность аварий на производстве или совершения преступлений в конкретном месте и конкретное время. Помимо прямых эффектов (повышение скорости реагирования на инциденты, рост раскрываемости преступлений, уменьшение их числа и т.д.), внедрение технологий умной безопасности также улучшает бизнес-климат и общую социально-экономическую обстановку в городе.

Таким образом, интеллектуализация и цифровая трансформация города - не одномоментный процесс. Для достижения высокого уровня безопасности городам с технологической и организационной точки зрения необходимо пройти ряд последовательных этапов, коррелирующих с технологической и проектной основой поколений умного города. Формирование умного города, управляемого данными, с единой интегрированной инфраструктурой, - закономерный результат поэтапной и последовательной интеллектуализации секторов городского хозяйства и цифровой трансформации.

#### Литература

1. Ильичев В.А. Биосферная совместимость: Технологии внедрения инноваций. Города, развивающие человека. – М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2011. – С. 112-114.
2. E.J. Tomaszewska, A. Florea, “Urban smart mobility in the scientific literature - bibliometric analysis” *Engineering Management in Production and Services*, 2018, vol 10, Iss 2, pp. 41-56.
3. Escolar Soledad; Villanueva Félix J.; Santofimia Maria J.; Villa David; Toro Xavier del; López Juan Carlos. A., «Multiple-Attribute Decision Making-based approach for smart city rankings design», *Technological Forecasting & Social Change*, 2017 Language: English. DOI: 10.1016/j.techfore.2018.07.024.
4. Kai Lu; Baoming Han; Xuesong Zhou, «Smart Urban Transit Systems: From Integrated Framework to Interdisciplinary Perspective», *Urban Rail Transit*, 2018, vol 4, Iss 2, pp. 49-67.

5. A. Barresi «Urban densification and energy efficiency in Smart Cities - the VerGe project (Switzerland)» *Techne : Journal of Technology for Architecture and Environment*, 2018, vol 0, Iss 1, pp. 28-32.
6. Y. Ma; G. Li; H. Xie; H. Zhang, «City profile: using smart data to create digital urban spaces», *ISPRS Annals of the Photogrammetry, Remote Sensing and Spatial Information Sciences*, 2018, vol IV-4-W7, pp. 75-82.
7. T. Shade «Urban Science: Putting the Smart in Smart Cities», *Urban Science*, 2018, vol 2, Iss 4, p. 94.
8. Коськин А.В., Архипов О.П., Иващук О.А., Пилипенко О.В., Савина О.А. Базовые принципы построения автоматизированной системы управления безопасным «умным городом» и механизмы их реализации // *Строительство и реконструкция*. 2012. № 2 (40). – С. 63-68.
9. Чванов В. От безопасного объекта - к безопасному городу // *Безопасность. Достоверность. Информация*. 2007. № 70. – С. 26-29.
10. Дуленко В.А., Пестриков В.А. Анализ подходов к обеспечению безопасности на городских территориальных объектах в рамках реализации концепции «безопасный город» // *Вестник ВЭГУ*. 2011. № 4 (54). – С. 22-27.

УДК 316.776, ББК 60.84

Е.Г. Поздеева  
Elena Pozdeeva  
elepzd@mail.ru

### **Умный университет: ожидания и перспективы Smart University: Expectations and Perspectives**

*Санкт-Петербургский Политехнический университет Петра Великого  
Peter the Great St. Petersburg State Polytechnic University*

Перспективной областью, связанной с ожиданиями высокой эффективности, является образование, реализующееся как SMART-модель, которая в полной мере отвечает новому этапу и перспективам информационного общества. Модель «умного университета», реализующаяся в SMART-образовании, отличается высокой гибкостью, скоростью настройки к потребностям обучаемого, широким открытым доступом к большому количеству источников информации, применением нового набора интеллектуальных технологий. Однако сложным аспектом развития этой системы остается ее самонастройка и самоуправление, предполагающие готовность и мотивированность участников образовательного процесса, развитие адаптационных стратегий и разрешение сложившихся противоречий. Пока уровень заинтересованности в этой модели со стороны студентов и преподавателей не является высоким. Тем не менее, ее позитивные характеристики должны в дальнейшем способствовать расширению функциональности и усложнению коммуникативной среды университетов.

Ключевые слова: образование, университет, SMART-модель, цифровые технологии, эффективность, готовность студентов, адаптационные способности, «треугольник знаний».

A promising area associated with the expectations of high efficiency is education, implemented as a SMART model, which fully meets the new stage and prospects of the information society. The model of “smart university”, implemented in SMART education, is characterized by high flexibility, speed of customization to the needs of the student, wide open access to a large number of information sources, the use of a new set of intelligent technologies. However, the complex aspect of the development of this system remains its self-adjustment and self-government, which implies the readiness and motivation of the participants in the educational process, the development of adaptation strategies and the resolution of existing contradictions. While the level of interest in this model on the part of students and teachers is not high. Nevertheless, its positive characteristics should further contribute to the expansion of functionality and complication of the communicative environment of universities.

Keywords: education, university, SMART-model, digital technologies, efficiency, student readiness, adaptive abilities, «knowledge triangle».

Современное общество на этапе Четвертой промышленной революции устремлено к будущему, которое представляется сложным конструктом, и постоянно пересматривает свои ключевые драйверы, комбинирующиеся в новые системы в процессе осуществления изменений, где свою важную роль играет «социальное лицо» революционных трансформаций - проблемы безопасности общества, уверенности в будущем, научные и образовательные тренды, коммуникативное пространство. Эти вопросы особенно волнуют социологов и представителей других наук [1]. Все больше мы склоняемся к тому, что перспективной областью, связанной с ожиданиями высокой эффективности, является образование, реализующееся в качестве SMART-модели, которая в полной мере отвечает новому этапу и перспективам информационного общества.

Произошедший в сжатые сроки переход от e-learning образовательных возможностей, связанных с развитием средств и технологий электронного обучения, к u-learning уровню, позволяющему решать проблемы в пространстве когнитивных технологий, сложной системной деятельности, позволил сформулировать черты «умного университета» и движения к «умному образованию» со SMART-свойствами [2]. Качество SMART, пришедшее из аэрокосмической сферы, отражает особую способность системы и/или процесса к реагированию на изменения во внешней среде, адаптации к трансформирующимся условиям, развитию и самоконтролю, позволяет наиболее эффективно достичь результата [3, С.45]. Тогда от модели образования, обладающие качеством SMART, ожидают высокого уровня гибкости, скорости настройки к уровню и потребностям обучаемого, эффекта от предоставления открытого доступа к большому количеству источников и использования широкого и разнообразного набора технологий. Однако сложным аспектом этой системы остается позиция самонастройки и самоуправления, так как требуется высокий уровень мотивации, вовлеченности и самоконтроля участников процесса взаимодействия.

Реальность сегодня такова, что процессы налаживания новой системы идут не синхронно, отличаются частичностью, особенно в вузах, стоящих в стороне от главных направлений. Так же готовность студентов и преподавателей остается скорее проблемной стороной [4], тем более что эту готовность с помощью обратной связи не все вузы исследуют. Так, проведенный в 2018 году опрос студентов СПбПУ по удовлетворенности обучением показал, что 54% студентов (выборка по университету – 3675 человек) считает достаточным присутствие в образовательной программе *менее* 30% онлайн-курсов. Новый тип образования предполагает высокую активность студентов в инициативных исследованиях и в проектной деятельности. О своей готовности к инновационной деятельности, ведению разработок заявили 84% студентов СПбПУ (выборка 128 человек, март 2018), однако доля студентов, реально принимающих участие в работе инновационных лабораторий и центров университета, составила всего 1 – 6% [5, С.665]. Эти обстоятельства заставляют вести разработки педагогических методов и подходов, которые служили бы переходными в процессе внедрения новых инструментов управления образовательным процессом [6].

Воплощение идеи SMART, таким образом, предъявляет требования к качественному изменению университетской среды и к адаптивным способностям участников образовательного процесса. Коммуникации, опосредованные цифровыми технологиями, позволяют делать «прозрачными» повседневные действия и формируют новый тип социальных связей как игровой среды взаимодействия, что требует совершенно нового отношения и гибких адаптивных стратегий [7, С.26].

Внедрение умных платформ, искусственного интеллекта порождает противоречия и вызывает тревожность за возможные последствия [8]. Новый тип образования основан на высокой мотивации преподавателей в создании качественно иных форм и методов, предполагает высокую активность участия в коммуникативной профессиональной среде. Однако сегодня в профессиональных сообществах преподавателей не наблюдается активного стремления к взаимодействию, наоборот имеет место разобщенность, тем более что вузы делают ставку на внутреннюю конкуренцию. Другим аспектом проблемы мотивации является инвестирование в собственный уровень образования, заинтересованность преподавателей в повышении квалификации, освоение новых информационных технологий, что способствует накоплению человеческого капитала [9].

Одним из направлений, сопровождающих налаживание функционирования «умных» моделей, является совершенствование нормативной стороны. В инфосфере «е-культуры» нормативность связана в существенной мере с технологическим форматом извлечения, репрезентации, хранения, обработки, передачи и управления знаниями [10]. Она должна способствовать установлению и закреплению нового порядка коммуникативных элементов в сложных системах, отличающихся самоуправлением.

Также остаются пока не решенными некоторые системные противоречия перехода к умным моделям – это, например, сочетание самостоятельности, которая приближает процесс получения образования к индивидуальному самообразованию, и технологичности, столь неизбежной в любом массовом процессе, в данном случае в массовом образовании [11]. Параллельно набирает силу коммерциализация коммуникаций среди специалистов, отвечающих за повышение квалификации и освоение новых технологий образовательного процесса.

Таким образом, развивающееся SMART-образование, интенсифицируя внутренние потоки циркуляции знаний, разработок и коллабораций, должно способствовать формализации образовательного пространства в «треугольнике знаний», тесно увязывающего традиционные функции университета: преподавание, научные исследования и общественную деятельность [12]. Это должно позволить университетам не только генерировать, а создавать поле многоаспектного взаимодействия в том числе с широкой общественностью, способствующего созданию новых продуктов, процессов и услуг, востребованных обществом.

## Литература:

1. Поздеева Е.Г., Тростинская И.Р. Четвертая промышленная революция в резонансе научных идей (по материалам X юбилейных Санкт-Петербургских социологических чтений) // Научно-технические ведомости СПбГПУ. Гуманитарные и общественные науки. 2018. Т. 9, № 2. С. 116–120. DOI: 10.18721/JHSS.9211
2. U-learning - повсеместное электронное обучение в XXI веке: на пути к коннективизму и смарт-образованию / П.С. Ломаско, А.Л. Симонова // Информатизация образования и методика электронного обучения [Текст]: материалы I Международной научной конференции в рамках IV Международного научно-образовательного форума "Человек, семья и общество: история и перспективы развития", 27-30 сентября 2016 г., Красноярск / Сиб. федер. ун-т, Ин-т космич. и информ. технологий; отв. ред. М. В. Носков. - Красноярск: СФУ, 2016. – С 293-297.
3. Днепровская Н.В., Янковская Е.А., Шевцова И.В. Понятийные основы концепции смарт-образования// Открытое образование, 2015, № 6. - С. 43-51.
4. Танова А.Г., Евсеева Л.И., Поздеева Е.Г., Тростинская И.Р. СУБЪЕКТНЫЕ АСПЕКТЫ МОНИТОРИНГА УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ СТУДЕНТОВ КАЧЕСТВОМ ОБРАЗОВАНИЯ (ПО МАТЕРИАЛАМ ЦЕНТРА СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ СПбПУ) // Научно-технические ведомости СПбГПУ. Гуманитарные и общественные науки. 2018. Т. 9. №1. С. 90-101. DOI: 10.18721/JHSS.9110
5. Лаврова Е.А., Поздеева Е.Г. К проблеме изучения готовности молодежи к инновационной деятельности (на примере студентов СПбПУ). Четвертая промышленная революция: реалии и современные вызовы. X юбилейные Санкт-Петербургские социологические чтения: сборник материалов Международной научной конференции, 13–14 апреля 2018 г., Санкт-Петербург, Россия. – СПб. : Изд-во Политехн. ун-та, 2018. – 896 с. – С. 663 – 667
6. Евсеев В.В. Современная образовательная среда: поиски моделей развития // Вопросы методики преподавания в вузе. 2018. Т. 7. № 24. С. 16-23. DOI: 10.18720/HUM/ISSN 2227-8591.24.2
7. Евсеева Л.И., Евсеев В.В. Проблема социальной адаптации человека в новых коммуникативных средах// Научно-технические вдомости СПбГПУ. Гуманитарные и общественные науки. 2017.Т.8, №2. С DOI: 10.18721/JHSS.8202
8. Ракитов А.И. Высшее образование и искусственный интеллект: эйфория и алармизм // Высшее образование в России, № 6, 2018. С.41-49.
9. Голенкова З.Т., Кошарная Г.Б., Кошарный В.П. Влияние образования на повышение конкурентоспособности работников на рынке труда // Интеграция образования. 2018. Т. 22. № 2. С. 262–273.
10. Шипунова О.Д., Березовская И.П., Денисков А.В. Эволюция принципов проектирования взаимодействий в профессиональной среде// Вестник науки Сибири. 2018. №2(29). С. 34-47.
11. Завражин А.В. SMART и новые подходы в современном образовании // Мир образования – образование в мире, 2015, № 2(58). С.59 – 65.
12. Vonortas N. (2017) The Role of Universities in the Knowledge Triangle. Foresight and STI Governance, vol. 11, no 2, pp. 6–8. DOI: 10.17323/2500-2597.2017.2.6.8

**Арт-статистика: от учета аукционных торгов до новой отрасли знания**  
**Art statistics: from the accounting of auction trades to a new branch of knowledge**

*Санкт-Петербургский государственный университет*  
*Saint Petersburg State University*

Согласно основополагающему постулату теории статистики, если в совокупности присутствует аномальное наблюдение, резко отличающиеся от единой массы частот, то таковое следует отстранить от анализа с тем, чтобы не исказить тренд. Как поступить, если совокупность состоит исключительно из аномальных единиц? Как тогда возможно нахождение обобщающей тенденции? Однако собирателям известно, что натюрморты популярнее портретов, пейзажи востребованнее натюрмортов, графика пользуется бóльшим спросом, чем пластика, но меньшим чем живопись и т.д. Следовательно, в предельно неоднородном массиве априори существуют единые закономерности. Работа с таковыми традиционно считается обязанностью статистики. Сказанное позволяет заявить о появлении инновационной дисциплины – арт-статистики – ожидающей создания и развития своего теоретического и прикладного аппарата.

Ключевые слова: экономика, искусствоведение, статистика, метод исследования, отрасль знания.

According to the fundamental postulate of the statistics theory, if in the mass there is an anomalous unit, it should be removed from the analysis in order not to distort trend. What if mass consists exclusively of anomalous units? Collectors know that still-lives are more popular than portraits, landscapes are more in demand than still-lives, etc. Consequently, in a highly inhomogeneous mass there are uniform laws. Working with such is traditionally considered to be the responsibility of statistics. This allows to declare the emergence of an innovative discipline waiting for the creation and development of its theoretical and applied apparatus.

Keywords: economy, art, statistics, research method, branch of knowledge.

Сегодня справедливо утверждать, что в ряду экономических дисциплин прочно заняла место новая отрасль – статистика рынка произведений искусства, или коротко, арт-статистика. Предмет, теоретическая база которого начала формироваться на стыке антагонистических наук, – экономики и искусствоведения, а практику возникновения обусловил сам факт давнишнего присутствия и, главное, современной активизации торговых операций с предметами художественного творчества. Возникла логическая проблема: для глубокого анализа феномена сделок с памятниками оказалось недостаточно наработок двух неизбежно столкнувшихся дисциплин (не говоря уже о научной слабости подходов к объекту изучения экономики и искусствознания в отдельности), требовалось связующее звено – метод исследования, способный обеспечить точные и достоверные результаты. Успешный исход поисков обеспечила сама жизнедеятельность арт-рынка – сумма множества единичных операций купли-продажи. (Почему единичных? Заострим очевидное: любое произведение принципиально неповторимо – даже самая качественная мошенническая подделка всегда отличается от оригинала. Таким образом, все обстоятельства, сопровождающие новый торг, вслед за первопричиной каждый раз оказываются исключительными, не имеющими аналогов.) Тем не менее, в совокупности индивидуальных наблюдений стали проявляться общие черты, единые тенденции. Кризисоустойчивость предметов искусства, потребительская

популярность живописи, национальные предпочтения мастеров и мн. др. Зародился сложный обобщающий тренд (наперекор или, возможно, напротив, благодаря суммированию предельно различных составляющих), руководящий движением арт-рынка и определяющий решения его игроков.

Как известно, единственным научным методом эффективной работы с так называемой основной тенденцией выступает количественный подход, статистический (по сути, призванный изначально выявлять сами тренды). Рынок искусства, напротив, в какой-то мере поставил своих участников перед фактом не только наличия, но и особой роли бытующих на нем закономерностей. Что обернулось, конечно, процессом прямо противоположным привычной схеме (открытие массового явления, его описание и анализ), но, вместе с тем, никоим образом не повлияло (и не могло повлиять) на действенность статистического инструментария. Итак, на арт-рынке существуют тенденции, пусть во многом неразъясненные, возможность их предсказания, а, значит, в значительной мере и управления ими, зависит от качества приложения по отношению к ним массового метода. Специфичность объекта исследования, дихотомичность его природы (мы обладаем первостепенной информацией – тренды есть, однако характер их проявления неизвестен), вынуждают количественную аналитику двигаться несколько вслепую – приращать знание и одновременно меняться самой. Последнее обстоятельство как раз и выступает подтверждением модификации классической научной методологии больших чисел и соответственно возникновения отдельной отрасли – арт-статистики.

УДК 324:008(470+571), ББК 66.2:71.0(2)

В.Д. Каченкова  
Valeriya Kachenkova  
lera.kachenkova.99@mail.ru

### **Сравнительный анализ сайтов изучения английского языка Comparative analysis of sites for studying english**

*Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого  
Peter the Grete St. Petersburg State Polytechnic University*

В данной статье описаны основные преимущества и недостатки, которыми обладают дистанционные курсы. Приведены примеры онлайн-платформ для изучения английского языка. На основе проведенного исследования проверено удобство и эффективность использования дистанционных курсов для изучения английского языка (34).

Ключевые слова: дистанционный курс, английский язык, эффективность, тенденция, образование.

This article describes the main advantages and disadvantages of online courses. Examples of online platforms for learning English are given. The convenience and efficiency of using distance learning courses for English is tested on the basis of the study.

Keywords: online course, English, efficiency, tendency, education.

Актуальность: Сегодня во многих государствах, в том числе и в России, идут интенсивные процессы стандартизации и информатизации образования, разрабатываются пути повышения его результативности. В формирующемся едином

мировом образовательном пространстве наблюдается возрастание спроса на подготовку специалистов, владеющих несколькими иностранными языками. Это значительно повысило статус иностранного языка как образовательной дисциплины, изменило взгляд на содержание и способы преподавания, привело к появлению инновационных форм языкового образования, к числу которых, безусловно, относится дистанционная [1, с. 124-127].

Изначально образование через интернет являлось альтернативой традиционному образованию. Сегодня сектор виртуального образования огромен, разнообразен и самодостаточен [2, с. 186]. Современного ребенка с самого детства обучают с помощью интернет-ресурсов [3, с. 43-45], поэтому он адаптирован к этому способу обучения. Хотя присутствуют недостатки при обучении он-лайн, оно постоянно совершенствуется, специалисты предлагают новые подходы для максимизации его эффективности [4; 5].

*Преимущества данной формы обучения можно выделить сразу:*

1. Стоимость (она в 2-3 раза дешевле, чем у обыкновенного образования, это объясняется отсутствием расходов переезда/транспорта, проживания в другом городе, а также сокращением преподавательского состава и, как следствие, уменьшение выплат учителям).

2. Время (тратится меньше времени на обучение, время обучения можно выбрать самому).

3. Индивидуальный подход (участник может сам установить основные параметры обучения: уровень, темп, место и продолжительность занятий и т.д.).

4. Количество людей (сайт, предлагающий дистанционный курс, способен выдерживать большое количество посетителей и обучающихся, в то время как очное образование ограничивает количество человек в классе, группе, институте и т.д.).

5. Информативность и технологичность (объемная онлайн-библиотека, которую можно пополнять, а люди могут свободно ею пользоваться).

6. Единая образовательная среда (актуально для корпоративного обучения).

7. Доступность (взрослые люди, занятые работой и семьями, женщины, находящиеся в декретном отпуске или воспитывающие маленьких детей, инвалиды, физическое состояние которых не позволяет посещать учебные заведения, и люди, живущие в деревнях и небольших городах — для них дистанционное обучение единственно возможный способ получения образования или необходимых навыков на быстроразвивающемся рынке труда).

8. Польза (многие дистанционные курсы по их окончании выдают сертификаты и дипломы, которые увеличивают шансы поступления в учебные заведения или получения более престижной работы).

*Но у данной формы обучения существуют также недостатки:*

1. Невозможность прямого взаимодействия ученика и учителя (пример: при сдаче экзамена в онлайн-режиме непонятно сам ученик выполняет задание или пользуется интернет-ресурсом и знаниями других людей, также отсутствует эмоциональное окрашивание знаний).

2. Отсутствие контроля над обучающимися (успех дистанционного обучения напрямую зависит от старательности, самостоятельности учащегося, а также от его самодисциплины).

3. Недостаток практических занятий (при очном обучении учитель в классе для проверки усвоения материала дает задания, затем задает домашнее задание и ученики могут попрактиковаться; в дистанционном курсе много новой теоретической информации и по сравнению с ее объемом недостаточно практики).

4. Недостатки в разработке курса или программы (квалифицированных специалистов, способных создавать подобные учебные пособия, на сегодняшний день не так много, поэтому, к сожалению, встречаются недоработки на сайтах – не открывающиеся ссылки, орфографические ошибки в тексте и т.д.).

*Цель:* проверить удобство и эффективность дистанционного курса как способа получения образования в сети.

## **15 известных сайтов для изучения иностранного языка и критерии сравнения**

*Направление изучения* подразумевает под собой навыки, которые данный сайт помогает приобрести или развить. Всего английский язык включает в себя 6 основных навыков: аудирование, письмо, чтение, лексика, грамматика, произношение. Владение всеми шестью дает возможность свободного пользования языком.

Из рассмотренных 15 сайтов 67% предлагают работу с 6 основными навыками. Минимальный объем навыков (только лексика и грамматика) присутствует только в программе **Free rice**. Все навыки кроме чтения представлены на сайте **Learnathome**. Навыки аудирования, лексики, грамматики и произношения можно тренировать на **Real-english.com** и **Ororo.tv**. Три навыка лексика, грамматика и аудирование считают достаточным разработчики **Duolingo**. Всего два навыка лексика и грамматика представлены на **Free rice**.

*Вывод:* Не все сайты предоставляют своим пользователям тренировку и изучение всех 6 навыков. С одной стороны, это несомненное ограничение. Но с другой стороны, чем меньше навыков на сайте, тем больше вся работа сконцентрирована на них.

*Сроки обучения* являются одним из косвенных показателей обучения, ведь нельзя ограничивать человека во времени (имеется в виду дистанционное обучение). Такие рамки ставятся для того, чтобы обучающийся точно знал, сколько времени займет обучение и «подогнал» свои планы под него.

Точные временные рамки поставлены на 33% сайтов, а именно на **Puzzle English** (1 год – для каждого задания), **Lingualeo** (1 месяц – для каждой темы), **EnglishDom** (1 час – одно занятие- вебинар), **Begin-English** (15 уроков по 1 часу), **Busuu** (каждый урок длится 3 минуты, максимум в одном курсе 4 урока).

*Вывод:* Большинство из исследуемых сайтов не имеют точных временных рамок. С одной стороны, отсутствие этих самых рамок тормозит обучение – оно как бы

затягивается на неопределенный срок. С другой стороны, наличие фиксированных временных рамок говорит о том, что все задания спланированы по времени, поэтому отложить, а зачастую и закрепить их еще раз, невозможно.

Тенденция (главная идея) сайта определяет все содержание сайта. Разработчик, создавая свой сайт, держит в голове какую-либо идею и старается воплотить ее в действительность.

Главной идеей **Puzzle English** является то, что английский язык можно изучать только на слух, отсюда столько видео и аудио практики [E1]. Главное в изучении выбрать цель, поэтому в начале ее нужно определить и идти к ней (сдача экзамена, повышение уровня, улучшение определенных навыков, для работы), так считают разработчики сайта **Lingualeo** [E2]. На сайте **EnglishDom** есть возможность выучить язык не выходя из дома, поэтому представлено много онлайн материала [E3]. Создатели сайта **Duolingo** считают, что изучение должно быть постепенным, поэтому задания разделены на уровни, при получении навыков открывается следующий уровень [E4]. Разработчики **LearnEnglish** (добровольная организация) предоставили материалы из любви к языку (слова из вступительного обращения разработчиков сайта), поэтому их мнение явно выражено: изучать язык можно, лишь полюбив его и поняв культуру народа, говорящего на этом языке [E5]. Вступительные слова сайта **Real-english.com** говорят о том, что главное в языке спонтанность, поэтому на сайте много диалогов людей, опрошенных на улицах англо-говорящих стран [E6]. На сайте **Learnathome** есть ежедневный план занятий, не занимающий много времени, главное – это ежедневная тренировка, такова идея [E7]. **Orooro.tv** позволяет выучить язык, смотря иностранные передачи [E8]. **ManyThings** дает возможность изучения языка как второго, или как иностранного, подготовки к экзаменам, а также сайт является отличным информационным источником для преподавателей [E9]. **ExamEnglish** – бесплатная практическая тренировка для изучающих английский язык [E10]. Разработчики **Begin-English** уверены, что для начинающих обучение нужны отдельные задания [E11]. Введение на сайте **Engvid** говорит о том, что самый лучший способ обучения – виртуальный урок с преподавателем, а подача материала должна быть легкой и приятной [E12]. Программа **Free rice** – «совмещение приятного с полезным»: каждым своим правильным ответом, вы помогаете положить конец голоду [E13]. **Busuu** позволяет своим пользователям общаться с носителями языка, обмениваться языковым опытом с другими пользователями (вы помогаете, тем кто учит русский, а вам помогают в изучении иностранного языка) [E14]. Разработчики **Ego4u** считают, что изучение языка – хобби, которое должно приносить радость, поэтому на сайте есть различные задания, вы можете выбрать как вам нравится обучаться (игры, чтение, конспекты) [E15].

*Вывод:* Зачастую тенденция сайта прописана в его введении (обращении разработчиков) или просто указано как слоган. Проанализировав задания, видно, что все сайты полностью посвящены их идее (что в общем-то не является открытием).

Особенности сайта (преимущества) – явно бросающиеся в глаза «плюсы», благодаря которым работа на сайте становится более комфортной и приятной.

3 положительных момента содержат **Puzzle English** (разные типы заданий; красочное оформление; огромный объем видео и текстов для просмотров и чтения), **Real-english.com** (все задания бесплатные, большое количество материала, развитие навыка «спонтанной речи»), **Learnathome** (отработка навыка понимания; составлен план занятия на день; достаточно 30 минут активной работы с видео-материалами в день). Это составляет 20% всех сайтов.

2 положительных момента представлены на сайтах **EnglishDom** (огромный запас слов для изучения; значительный спектр тем), **Duolingo** (мотивация путем выдачи баллов, за которые можно в «магазине» приобрести дополнительные бонусы; участие в разработке сайта), **LearnEnglish** (информативные конспекты, огромный объем материала), **Ororo.tv** (просмотр зарубежных каналов с субтитрами и без; акцент и лексика носителей языка помогает в практике аудирования), **ManyThings** (отработка навыка чтения, подготовка к экзамену или олимпиаде), **Begin-English** (специальные упрощенные задания для начинающих; инструкция о том, как лучше всего начать обучение), **Free rice** (сайт – тренажер для пополнения словарного запаса; занятия проходят в виде игры), **Ego4u** (возможность чтения художественной литературы; отличный информационный источник для преподавателей). Что составляет 53% всех сайтов.

Всего 1 положительный момент представлен на сайтах **Lingualeo** (мотивация: отслеживание собственного прогресса, раздача бонусов, которые помогут получить полезные подарки от партнеров), **ExamEnglish** (возможность самостоятельной подготовки к экзамену), **Engvid** (изучение языка в непринужденной форме), **Busuu** (общение с носителями). Это 27% всех сайтов.

*Вывод:* Составленное процентное соотношение помогает определить количество плюсов на сайте, но не их качество. Поэтому нельзя делать односторонний вывод только по преимуществам, недостатки стоит также учитывать.

Недостатки сайтов это то, что мешает нормальной работе, возможно сбивает или отвлекает.

У каждого из сайтов имеется по одному минусу, по сравнению с их преимуществами, это очень хороший показатель работы разработчиков.

Общие для всех сайтов недостатки распределены в процентном соотношении следующим образом:

- проблемы с ориентированием по сайту (**Lingualeo, Real-english.com, Ororo.tv, ManyThings, ExamEnglish, Engvid**) – 40%
- недостаток материала (**Learnathome, Begin-English, Free rice**) – 20%
- закрытый доступ к заданиям (**Puzzle English, Busuu**) – 13,3%
- недостаток практики (**LearnEnglish, Ego4u**) – 13,3%
- необъективная проверка уровня знаний (**EnglishDom, Duolingo**) – 13,3%

*Вывод:* С этими недостатками легко справиться. Если сайт содержит мало материала, то возможно он хорош в отработке практики, и наоборот, если нет практики, то много материала, а значит можно работать на 2 сайтах, либо выбрать

себе один сайт, приемлемый для достижения поставленной цели. Если бесплатный доступ закрыт, при необходимости заплатите и откройте его, но зачастую на таких сайтах и так много заданий без специального доступа, так что выбор остается за пользователем. Проблемы с ориентированием по сайту решаются временем, несколько дней работы на сайте, и его вид уже привычен. Проверка уровня введена на сайтах для составления плана занятий, поэтому свой уровень лучше определять специальными тестами или же знать примерный уровень.

Наличие мобильного приложения – очень важный критерий для людей, которые много путешествуют или много работают.

*Вывод:* 60% всех сайтов имеют бесплатные приложения, которые доступны всем в Play Маркет, что является отличным показателем. Следует вывод, что разработчики заинтересованы в гарантировании удобства своим пользователям, поэтому разрабатывают приложения.

И лишь 40% сайтов, а именно **LearnEnglish, Learnathome, Ororo.tv, ManyThings, Begin-English, Ego4u** содержат задания, формат которых неуместен для мобильного приложения (передачи, большие тексты, конспекты).

География посетителей показывает насколько распространен сайт, насколько популярен сайт в различных странах.

*Вывод:* 40% сайтов (**Puzzle English, Lingualeo, Ororo.tv, Learnathome**) наиболее популярны в России со средним процентом популярности 28,9%, в том числе и наиболее популярный **Begin-English** с процентом 49,5%, менее популярный **Real-english.com** с процентом 7,8%. Самыми непопулярными в России являются сайты **LearnEnglish, ManyThings, ExamEnglish, Free rice, Busuu, Ego4u**. Остальные сайты более популярны в зарубежных странах, особенно в США.

Количество посетителей в год определяет посещаемость сайтов.

Расставим сайты по их популярности в зависимости от количества посетителей в год: тройку лидеров возглавили **Puzzle English** (18 744 648 человек), **Duolingo** (17 109 624 человек), **Begin-English** (8 996 940 человек), далее места распределяются следующим образом **Lingualeo** (4 163 868 человек), **Ororo.tv** (2 803 404 человек), **ExamEnglish** (2 207 376 человек), **Engvid** (2 169 528 человек), **Ego4u** (2 109 984 человек), **ManyThings** (1 886 280 человек), **Busuu** (1 706 988 человек), **EnglishDom** (1 375 380 человек), **LearnEnglish** (890 400 человек), **Free rice** (795 024 человек), **Learnathome** (509 736 человек), **Real-english.com** (209 328 человек).

*Вывод:* Изучив статистику посещаемости и географию пользования сайтами, можно прийти к выводу, что в настоящее время в нашей стране популярно дистанционное обучение. Каждый старается повысить уровень своего образования и расширить свое мировоззрение, что, по его мнению, поможет ему добиться поставленных целей в жизни.

**Установление зависимости эффективности работы на сайте от его популярности**

Все критерии кроме показателей популярности (посещаемости) сайтов взяты из непосредственного содержания сайтов. Показатели популярности (посещаемости) же являются статистическими данными, поэтому должны быть подвержены их тщательной проверке.

Система Analysis предоставляет возможность быстро проанализировать посещаемость сайтов, их популярность не только в субъектах РФ, но и в зарубежных странах, и свести все это в процентные соотношения [6].

*Зададимся вопросом: можно ли полагаться на данные о посещаемости?*

Чтобы оценить, как посещаемость сайтов связана с их эффективностью, необходимо проверить работу сайтов и сопоставить ее с данными о посещаемости. Почти на каждом сайте имеются тестовые задания, что позволяет определить свой уровень знаний, задания для тренировки и отработки практических навыков и курсы. Во-первых, тесты есть не на всех сайтах, к сожалению, данную проверку нельзя назвать объективной. Уровень знания языка – мера относительная, этот показатель находится лишь для составления заданий (вам не приходится проходить те задания, которые вы знаете, лишь те, которые повысят определенный заранее уровень). Во-вторых, задания на всех сайтах направлены на тренировку одних и тех же языковых навыков, но они различного типа, поэтому сравнить их сложно. Так как у каждого разработчика свои идеи, и соответственно каждый сайт имеет свою тенденцию и замысел. Поэтому целесообразнее будет оценивать именно курсы, ведь этот аспект является показателем эффективности сайта.

Курсы на сайтах **Puzzle English, EnglishDom, Busuu, Lingualeo, Begin-English** имеют широкий спектр тем, наиболее удобны в обучении. На сайтах **Orooro.tv, ManyThings, ExamEnglish, Learnathome, Duolingo** как таковые курсы отсутствуют, но им представлена соответствующая замена в виде уроков или типовых заданий. Оставшиеся сайты не содержат курсов.

*Выводы:* Таким образом, сопоставляя данные посещаемости и эффективности сайтов, прихожу к выводу, что действительно по данным о посещаемости сайта можно сделать вывод об его эффективности. Ведь ни для кого не секрет, что если люди пользуются материалами сайта и чувствуют его полезность, то они стараются как можно больше прорекламирровать этот источник обучения: рассказывают знакомым, советуют друзьям, чем повышают его популярность, то есть его посещаемость.

*Общие итоги:*

При внимательном изучении выделенных критериев напрашивается вывод, что каждый сайт оригинален в своем подходе к обучающемуся, и исходя из этого можно определить их в группы. В первую группу входят сайты, позволяющие пользователю разнообразить свой досуг: ненавязчиво развлекаясь, познавательно и интересно проводить время, выполнять разнообразные задания, участвовать в играх и соревнованиях, при этом углубляя свои языковые знания. К этой группе относятся **Puzzle English, Duolingo, Real-english.com, Learnathome, Orooro.tv, ManyThings, ExamEnglish, Begin-English, Engvid.**

Ко второй группе относятся сайты, которые можно объединить как мотивирующие, то есть своим принципом работы они побуждают пользователя ежедневно заходить на них и заниматься, так как предоставляют бонусную систему поощрения, к которым относятся получение призов от партнеров, дополнительные задания, курсы и расширенная возможность доступа к игровой фонотеке. Некоторые сайты мотивируют своих пользователей интересным способом заработка баллов: FreeRice, Lingualeo, Busuu.

В третью группу входят такие сайты, как LearnEnglish, EnglishDom, Ego4u. Они позволяют активно общаться как с другими пользователями сайта, так и с носителями языка, участвовать во всевозможных вебинарах, тем самым, развивая навыки говорения и восприятия речи на слух, помогают новичку развить в себе уверенность и преодолеть языковой барьер.

Целью данного исследования было проверить удобство использования курсов дистанционного обучения. Данное исследование говорит о том, что, несмотря на все недостатки, дистанционное обучение без сомнений гораздо удобнее обычного, оно предоставляет огромный спектр возможностей, полностью индивидуально и самое главное образует единую систему (отсутствие единой системы – главный недостаток очного обучения).

Но что касается эффективности дистанционного обучения, то она относительна и полностью зависит от характера обучаемого. Если человек способен заниматься самостоятельно, а главное – видеть ориентир и цель, то для него такое учение даст плоды, при чем в более краткие сроки, чем если бы он обучался очно (в связи с тем, что он занимается один и в своем собственном темпе). Перед началом исследования возникла еще одна цель: найти наиболее эффективный сайт из исследуемых. Но оказалось, что это сделать невозможно, ведь нельзя точно сказать о том, какой сайт наиболее эффективен из представленных, так как выбор сайта индивидуален и осуществляется исходя из собственных возможностей и потребностей: кому-то удобнее заниматься, постоянно тестируя себя и делая задания; кто-то смотрит фильмы и читает книги, тем самым пополняя свой словарный запас; кому-то не справится в одиночку и нужна команда таких же желающих, а может даже наставник, дающий советы по обучению; кому-то нужна постоянная мотивация в виде баллов за обучение, участия в игре-соревновании с другими пользователями или дополнительных бонусов. Важно не то насколько сайт посещаем, насколько престижен, важны приложенные вами силы, ваше желание и ваши цели.

#### Литература

1. Пафова Ф.А. Дистанционное обучение иностранным языкам// Вестник Майкопского государственного технологического университета – 2009. №1. С.124-127
2. Быльева Д.С. Влияние информационно-коммуникативных технологий на жизнь общества //Контуры будущего: технологии и инновации в культурном контексте. Коллективная монография / Под ред. Д.И. Кузнецова, В.В. Сергеева, Н.И. Алмазовой, Н.В. Никифоровой. – СПб.: Астерион, 2017. С. 185-191

3. Быльева Д.С. Вторжение информационно-коммуникативных технологий в воспитание детей // Коммуникативные стратегии информационного общества : Труды IX Междунар. науч.-теор. конф. 26–27 октября 2017 г. – СПб. : Изд-во Политехн. ун-та. 2017. С. 42–45.
4. Евсева Л.И., Шипунова О.Д., Тараканова Т.С. Проектная модель образования: технологии реализации // Технологии PR и рекламы в современном обществе Материалы XII Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2017. С. 60–66.
5. Шипунова О.Д., Евсева Л.И. Тренды информационного общества и проблема идеала образования // Философия коммуникации: Университетское образование в социокультурной динамике информационного общества / Под редакцией С.В. Клягина, О.Д. Шипуновой. СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2015. С.129–139.
6. Сервис анализа сайтов PR-СУ [Электронный ресурс]// Режим доступа: <https://a.pr-cy.ru/> (дата обращения 20.06.2018)

#### Ресурсы для изучения английского языка

- E1. Сайт изучения английского языка puzzle-english [Электронный ресурс]// Режим доступа: <https://puzzle-english.com/> (дата обращения 23.06.2018)
- E2. Сайт изучения английского языка lingualeo [Электронный ресурс]// Режим доступа: <https://lingualeo.com/> (дата обращения 23.06.2018)
- E3. Сайт изучения английского языка englishdom [Электронный ресурс]// Режим доступа: <https://www.englishdom.com/> (дата обращения 23.06.2018)
- E4. Сайт изучения английского языка duolingo [Электронный ресурс]// Режим доступа: <https://www.duolingo.com/> (дата обращения 23.06.2018)
- E5. Сайт изучения английского языка learnenglish [Электронный ресурс]// Режим доступа: <https://www.learnenglish.de/> (дата обращения 23.06.2018)
- E6. Сайт изучения английского языка real-english [Электронный ресурс]// Режим доступа: <https://www.real-english.com/> (дата обращения 23.06.2018)
- E7. Сайт изучения английского языка learnathome [Электронный ресурс]// Режим доступа: <https://www.learnathome.ru/> (дата обращения 23.06.2018)
- E8. Сайт изучения английского языка ogoro.tv [Электронный ресурс]// Режим доступа: <https://ogoro.tv/ru> (дата обращения 23.06.2018)
- E9. Сайт изучения английского языка manythings [Электронный ресурс]// Режим доступа: <http://www.manythings.org/> (дата обращения 23.06.2018)
- E10. Сайт изучения английского языка examenglish [Электронный ресурс]// Режим доступа: <https://www.examenenglish.com/> (дата обращения 23.06.2018)
- E11. Сайт изучения английского языка begin-english [Электронный ресурс]// Режим доступа: <http://begin-english.ru/> (дата обращения 23.06.2018)
- E12. Сайт изучения английского языка engvid [Электронный ресурс]// Режим доступа: <https://www.engvid.com/> (дата обращения 23.06.2018)
- E13. Сайт изучения английского языка freerice [Электронный ресурс]// Режим доступа: <http://freerice.com/> (дата обращения 23.06.2018)
- E14. Сайт изучения английского языка busuu [Электронный ресурс]// Режим доступа: <https://www.busuu.com/> (дата обращения 23.06.2018)
- E 15. Сайт изучения английского языка ego4u [Электронный ресурс]// Режим доступа: <https://www.ego4u.com/> (дата обращения 23.06.2018)

## СЕКЦИЯ 8. ПРОБЛЕМЫ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ

### SECTION 8. INTERCULTURAL COMMUNICATION PROBLEMS

УДК 316.77, ББК 60.0

Н.П. Безуглова  
Nadezda Bezuglova  
besuglowa@mail.ru

#### **Этнологические исследования межкультурной коммуникации на предприятиях** **Ethnological studies of intercultural communication in companies**

*Всероссийская академия внешней торговли*  
*Russian Foreign Trade Academy*

Современная культурология все чаще отказывается от количественных стандартизованных методов исследований в пользу качественных. К ним относится этнологические исследования межкультурной коммуникации на предприятиях.

Ключевые слова: культура, межкультурная компетенция, межкультурная коммуникация, понятие культура, этнологическое исследование.

Modern cultural studies are increasingly abandoning quantitative standardized research methods in favor of qualitative. These include ethnological studies of intercultural communication in companies.

Keywords: culture, definitions of culture, intercultural communication, intercultural competencies, ethnological study.

При проведении эмпирического исследования профессиональной деятельности и межкультурной коммуникации на предприятии можно обратиться к двум алгоритмам исследования. Во-первых, использовать количественные, стандартизированные методы, придерживаться позитивистской ориентации, проводить исследования с позиции внешнего наблюдателя, стремясь к выявлению универсальных закономерностей культуры. Цель таких исследований состоит в том, чтобы, используя ненасыщенное описание определить наиболее устойчивые закономерности исследуемого феномена. Такой алгоритм применяет макроперспективу, позволяющую более эффективно выявить особенности межкультурной коммуникации. Во-вторых, обратиться к этнологии организаций, делающей упор на участие исследователей в производственной и деловой практике и ее соисполнении, что позволяет получить данные через реконструкцию опыта. Этнологическое исследование обладает герменевтической ориентацией и направлено не на выявление универсальных закономерностей, а на проникновение вглубь изучаемого явления, анализ его признаков, выяснение их значения для опрашиваемых. Причем респонденты в таких исследованиях отвечают развернуто, «своими словами», а не выбирают вариант из предложенных анкетой. Применяющие этнологические методы,

работают с микроперспективой, в которой культура идентифицируется как плод отдельных экзистенциальных усилий, и не задаются целью нивелировать культурную дифференциацию – скорее они нацелены на её исследование, формирования к ней толерантного подхода и выработку эффективных методов межкультурной коммуникации.

Современные этнологи анализируют возможности применения прикладной этнологии на предприятиях и внедрения ее методов в производственный контекст. Проблематика трансферта изучается на разных уровнях. Во-первых, в сфере научных поисков, поскольку исследователи считают предприятия сложными структурами и предпринимают попытки уподобить их племенам, выступающим классическим объектом исследований этнологов. Во-вторых, на уровне понимания феномена «культура», так как этнологический взгляд на это непростое понятие актуален также и для анализа культуры предприятий. В-третьих, исследования межкультурной коммуникации на предприятиях могут успешно применять герменевтические методы, являющиеся ведущим аналитическим инструментом этнологов.

Существенным условием эффективного проведения этнологического исследования собственного общества является рассмотрения феноменов собственной культуры как незнакомых, что формирует необходимую дистанцию проведения исследования. Этнологический метод подразумевает, что гипотезы не выдвигаются учеными заранее, а формулируются в процессе анализа конкретных проблем. Вместо аналитической обработки собранных эмпирических данных этнологическое исследование начинается с наблюдений и интуитивной исследовательской деятельности. Основной целью полевого исследования для этнологов является не пересмотр устоявшихся теоретических установок, а верификация собственных изменяющихся по мере развертывания исследования представлений. Особенностью этнологического метода можно считать возможность его адаптации к изменяющимся исследовательским контекстам. Целый ряд этнологических исследований современного социума, например, организационная антропология, обходятся без длительной полевой фазы и применяют другие методы сбора информации. За время сбора эмпирического материала накапливаются разнообразные источники, например, записи бесед, углубленные интервью, видеоматериалы, которые могут анализироваться и применяться для осуществления взаимного контроля в корпусе данных. Этнологические исследования обладают практической значимостью для научной организации производства, т.к. позволяют идентифицировать неустановленные ранее факты.

Проблемным местом этнологических исследований межкультурной коммуникации на предприятиях является их финансовая затратность и трудоемкость (по сравнению с количественными исследованиями), а также невозможность экстраполяции результатов: полученные знания не согласуются с данными других количественных или качественных исследований и не распространяются на сходные случаи. По этой причине эмпирические результаты подобных исследований редко применяются для межкультурной подготовки специалистов.

**Вариативность переводческих стратегий в межкультурной коммуникации (на примере индийских культурных реалий)**  
**The variability of translation strategies under intercultural communication (on the example of Indian and Russian cultural realities)**

*Российский государственный гуманитарный университет  
Russian State University for the Humanities*

В статье мы рассматриваем степень эквивалентной соотнесенности значений на примере сопоставления русских и индийских реалий при переводе на язык хинди для достижения межкультурной коммуникации. Объектом исследования являются варианты перевода с русского на хинди текста (включая церковную лексику) из сайта «Православие в Индии» социальной сети «ВКонтакте». Целью исследования является описание вариативности переводческих стратегий в текстопереводов с русского на хинди переводчиком и носителем языка.

Ключевые слова: переводческие стратегии, хинди, русский язык, вариативность переводческих решений, межкультурная коммуникация.

The paper deals with the equivalent correlation of translation of Hindi and Russian cultural reality to achieve intercultural communication. The object of the investigation is the translation of the text on Hindi Russian liturgical vocabulary taken from the site "Orthodoxy in India" social network "Vkontakte". The purpose of the study is to describe the variability of translation strategies in the text of two translations made by Hindi translator and a native speaker.

Key words: intercultural communication, variability of translation, translation strategies, Hindi.

В современном мире использование социальных сетей для межкультурной коммуникации приводит к возникновению дискуссионных площадок, в которых обсуждаются темы, вопросы, проблемы, волнующие различные сообщества. Комментарии в социальных сетях также важны, особенно если речь идет о переводческих стратегиях в межкультурной коммуникации. Перевод является актом двуязычной коммуникации, участники говорят на различных языках и вообще могут принадлежать к разным культурам. А перевод в аспекте межкультурной коммуникации представляет собой «контактирование двух систем со своими национально-культурными особенностями, и контакт представителей лингвокультурных общностей, каждый со своим мировоззрением и определенным фондом культурного наследия, морально-этическими нормами, речевым этикетом» [Томахин, 123]. В статье мы рассматриваем степень эквивалентной соотнесенности значений на примере сопоставления русских и индийских реалий при переводе для достижения межкультурной коммуникации. Целью исследования, таким образом, является описание вариативности переводческих стратегий в текстопереводов с русского на хинди русским переводчиком и носителем языка. Объектом исследования являются варианты перевода с русского на хинди частного сообщения из сайта «Православие в Индии» социальной сети «ВКонтакте». Для исследования вариативности в переводах будет проведен сопоставительный анализ текста и анализ переводов на предмет различий предложенных вариантов перевода и типологии ошибок (смысловые **искажения, неточности, неясности, грамматические ошибки,**

**стилистические ляпы, бессознательные ошибки).** Теоретическую базу исследования составляют труды: Ю.Найды о лингвистических и культурных различиях (Найда, 2007); Л. Венути о практике перевода, основанной на оппозиции двух стратегий – форенизирующей и доместизирующей (Венути, 1995).

Выражение «Приход Русской Православной Церкви в Нью-Дели» русский переводчик дает конкретизацию “SentThamaspeirish (samuday)” – «Приход Святого Фомы (сообщество)» поскольку Приход Русской православной церкви в Нью Дели является Храмом святого апостола Фомы. На наш взгляд добавление слова хинди в скобках “samuday” («сообщество») является лишним. В словосочетании «Расписание богослужений» русским переводчиком было переведено только слово «расписание» без указания на «богослужение» (опущение), тогда как носитель языка переводит эквивалентно – “sevaonkianusuchi” – «расписание служб», где “anusuchi” санскритское слово означает «список, перечень, индекс (приложенный к книге)». Предложение «в Приходе Русской Православной Церкви в Нью-Дели» носитель языка дает эквивалентный перевод – “NaiDillimeRuusirurhivaadicharchkepeirishme”.

Словосочетание «Божественная Литургия» русский переводчик переводит английским словом “Iitarji”, тогда как носитель языка дает выражение с использованием хинди и английского слова: “DivyaLiturgy”. Выражение «Праздник Покрова Пресвятой Богородицы» переводчик перевел как “Bhagavankimaankekavarkichuttiyan” –досл. «Праздник покровы Божьей матери». Носитель языка переводит эту фразу как “Dhanyaverjinkemadhyasthakarav” досл. – «Праздник посредника (присутствия) Пресвятой Девы». В социальных сетях можно встретить этот перевод как “Pavitraverjinkesanrakshankarav” –досл. «Праздник защиты Святой Девы». Несмотря на то, что современный русско-хинди словарь дает следующие дефиниции к слову «Богородица» – “KumariMeri”, “mariyam”, “Devmata”, в разговорной речи мы не наблюдаем использование этих слов для сообщения прихожанам.

Таким образом, при переводе текста носителем языка мы наблюдаем переводческую эквивалентность текста, напротив русский переводчик использует генерализацию при переводе. Оба переводчика в целом дают перевод с применением транслитерации английских слов.

Литература:

Томахин Г.Д. Перевод как межкультурная коммуникация// Перевод и коммуникация.- М.: ИЯ. РАН, 1997.- С. 129–137.

## **Психологическая адаптация женщин к новым кросс-культурным условиям** **Psychological adaptation of women to new cross-cultural environment**

*Петербургский государственный университет путей сообщения Императора Александра I<sup>1</sup>*  
*Ленинградский государственный университет имени А.С. Пушкина<sup>2</sup>*  
*Petersburg State University of Railway Transport of the Emperor Alexander I*  
*Pushkin Leningrad State University*

Рассматриваются особенности психологической адаптации женщин к новым кросс-культурным условиям. Выявлены связи психологической адаптации с показателями личностного адаптивного потенциала, мотивационными установками и ожиданиями женщин, социально-демографическими и личностными чертами адаптантов.

Ключевые слова: психологическая адаптация, кросс-культурная адаптация женщин, аккультурация.

Features of women' psychological adaptation to new cross-country-cultural conditions are considered. Communications of psychological adaptation with indicators of personal adaptive potential, motivational installations and expectations of women, socially-demographic and personal adaptant's lines are revealed.

Key words: psychological adaptation, women cross-country-cultural adaptation, acculturation.

В настоящее время, когда происходит активное взаимодействие разных культур, особую актуальность приобретает изучение процесса адаптации к новым кросс-культурным условиям. Для адаптирующего человека важна внутренняя сторона адаптации, выражающаяся в чувстве удовлетворенности и полноты жизни, и её внешняя сторона, проявляющаяся в участии индивида в социальной и культурной жизни новой страны [2].

В процессе аккультурации каждый человек одновременно решает две важнейшие проблемы: стремится сохранить свою культурную идентичность и включается в чужую культуру. Комбинация возможных вариантов решения этих проблем дает четыре основные стратегии аккультурации: ассимиляция, интеграция, сепарация, маргинализация [1].

В нашем исследовании изучалась связь психологической адаптации с личностным адаптивным потенциалом, с социально-демографическими факторами (возраст, социальный статус, предшествующий опыт долговременной миграции) и с личностными свойствами русских женщин в возрасте от 23 до 61 года, переехавших на постоянное место жительства в Швейцарию.

Выяснено, что высокий уровень интернальности является предпосылкой для более успешной адаптации женщин к новой кросс-культурной среде. Облегчает адаптацию к новой культуре поддержка мужа, а также включение в свой круг общения коренных представителей новой культуры.

Если карьерные стремления женщин высоки, то адаптация затрудняется, поскольку испытуемые испытывают сложность построения карьеры в новой среде. Если женщины более ориентированы на творчество, чем на карьеру, то адаптация проходит легче.

У женщин с высоким уровнем личностной тревожности наблюдаются ярко выраженные негативные переживания, представленные рядом тревожно-депрессивных эмоций (вина, стыд, гнев), что осложняет для них процесс адаптации к новым кросс-культурным условиям.

Чем старше возраст женщин изучаемой выборки, тем легче проходит адаптация, что можно объяснить более адекватными объективными ожиданиями от переезда и снижением с возрастом карьерных амбиций. Успешность адаптации женщин зависит от их личностного адаптивного потенциала, состоящего из коммуникативного потенциала, поведенческой регуляции или нервно-психической устойчивости и морально-нравственной нормативности, что сопровождается развитием стресса аккультурации, проявляющегося в виде сложного динамического комплекса эмоциональных состояний, структура и характер изменений которого обусловлены индивидуально-психологическими особенностями адаптантов. При этом наилучший результат дает использование такой стратегии аккультурации, как интеграция, то есть принятие основных ценностей и образцов поведения в новой культуре с опорой и сохранением основных ценностей своей исконной культуры.

Полученные в исследовании результаты позволяют помочь улучшению адаптации женщин к новым кросс-культурным условиям, исходя из особенностей поведенческой регуляции и коммуникативного потенциала адаптантов.

Литература

1. Берри Дж.У. Аккультурация и психологическая адаптация: обзор проблемы // Развитие личности. 2001. №3-4. С. 183-194; // Развитие личности. 2002. №1. С. 291-296.
2. Лебедева Н.М. Социально-психологические закономерности аккультурации этнических групп // Этническая психология и общество / Под ред. Н.М.Лебедевой. М.: Старый сад, 1997. С.271-289.

УДК 304.2, ББК 6/8

М.А. Жукова  
Maria Zhukova  
shneydermann@mail.ru

**Россия и Республика Корея: историческая обусловленность и перспективы  
межкультурной коммуникации**  
**Russia and Republic of Korea: historical conditionality and prospects developing  
intercultural communication**

*Санкт-Петербургский Политехнический университет Петра Великого*  
*Peter the Grete St. Petersburg State Polytechnic University*

Несмотря на существующие различия в менталитете России и Республики Корея, их взаимодействие, в том числе культурное, имеет долгую историю. В 1884 году было подписано дипломатическое соглашение, которое и положило начало взаимовыгодному сотрудничеству, а в 2018 отмечается 154-летие начала иммиграции корейцев в Россию. В дальнейшем взаимоотношения двух стран укреплялись, благодаря всесторонней обоюдной помощи и поддержке. В настоящее время в России очень популярна «Корейская волна» - музыка, фильмы, произведения искусства, а в Корее, в свою очередь, пользуется большим интересом русская литература и искусство. Основными перспективами развития межкультурного взаимодействия является увеличение интереса к туризму и другим видам активности на территории России и Кореи.

Ключевые слова : межкультурное взаимодействие, корейская волна, Россия и Корея, культурная коммуникация.

Despite the fact of existing differences of Russia and Republic of Korea, their interaction, including cultural, has a long history. In 1884, a diplomatic agreement was signed, which marked the beginning of mutually beneficial cooperation, and in 2018 there is 154th anniversary of the formation of Korean immigration to Russia. After this, relations between these two countries strengthened, thanks to comprehensive mutual assistance and support. Currently, in Russia “Korean Wave” is very popular - music, films, works of art, and in Korea, in turn, Russian literature and art are of great interest. The main prospect is expanding interest for tourism and to another activity in Russia and Korea.

Keywords: intercultural interaction, Korean wave, Russia and Korea, cultural communication.

Информатизация общества, подразумевающая использование различных современных каналов коммуникации (Интернет, телефония, телевидение и пр.), значительно облегчает информационное взаимодействие индивидов как с самой информацией, так и друг с другом [3]. В настоящее время данные о различных культурных явлениях (здесь и в дальнейшем мы будем делать акцент именно на них) доступны в любое время в неограниченном количестве. Благодаря техническим возможностям стал возможен интерактивный культурный обмен, что часто становится причиной дополнительного интереса к изучению вопроса [5, С. 116].

Россия и Республика Корея взаимодействуют по различным вопросам уже много лет, а в целом динамику их взаимоотношений можно охарактеризовать как стабильно положительную. Так называемая «Корейская волна» и ее распространение с помощью сети Интернет, в том числе в русскоговорящем пространстве, способствует культурному обмену [4, С. 99] – благодаря социальным сетям молодая аудитория имеет возможность следить за деятельностью различных k-поп исполнителей (которые являются своего рода идентификаторами корейской культуры), смотреть фильмы и сериалы, а также изучать корейский язык [2, С. 56]. В Корею же, в свою очередь, русская культура популяризируется несколько другим образом. Студенты университетов Сеула и других крупных городов, изучают русскую литературу и искусство, учат наизусть стихи А.С. Пушкина. Таким образом, можно заметить тенденцию к интересу корейцев к классической русской культуре, а россиян к более современной корейской.

В целом стоит отметить, что активно развиваться межкультурная коммуникация Кореи и России начала не так давно – примерно с 1990 года, как раз тогда, когда начала формироваться аутентичная корейская культура. Фактически, она является результатом своеобразной исторической динамики, а также различных изменений в восприятии информации [1, С. 78]. Технический прогресс также способствовал развитию «Корейской волны». Русская же культура очень самобытна, ее узнают и любят по всему миру. Легче всего найти информацию о ее знаковых и популярных объектах – музеях, галереях, театрах – к ним корейцы проявляют огромный интерес и специально приезжают в Россию чтобы своими глазами взглянуть на них.

Интерес к культуре другой страны может являться отправной точкой для дальнейшего развития взаимовыгодных и положительных отношений двух государств. Благодаря тому, что между Россией и Кореей отсутствует визовый режим, туристы могут более свободно перемещаться, многие российские языковые центры

предлагают изучать корейский язык с носителями, что раньше было практически невозможно. Основной проблемой, существующей в настоящее время, является сниженный интерес к молодежной культуре России со стороны корейцев (конкретно корейской молодежи), соответственно, в будущем на ней нужно делать более заметные акценты – к примеру, создавать проекты, потенциально интересные для корейской молодежи, организовывать фестивали, позиционировать русский язык как многогранный и богатый, а не недоступный и сложный.

Своей экзотичностью корейская культура привлекает многих молодых людей из России : для того чтобы понимать любимых музыкантов/писателей/актеров и т.д., они учат хангыль. Престижность образования побуждает российских студентов приезжать учиться в Корею, и, становясь частью научного сообщества, они способствуют развитию науки. Российской молодежной культуре необходим новый имидж – более яркий, привлекательный и простой, тогда молодые корейцы смогут ее лучше понимать и тянуться к ней так же, как россияне к корейской. Позиционирование культуры играет крайне важную роль в ее восприятии адресантом, поэтому на него следует обратить наибольшее внимание.

Таким образом, можно выделить следующие направления развития межкультурной коммуникации России и Республики Корея – позиционирование и доступность российской культуры, дальнейшее распространение «Корейской волны» в России, поддержание достигнутых результатов.

Литература

1. Россия и Корея : социокультурная динамика / А. Войник, Е. Капусткина, А. Васильева и др. М.:Алетейя, 2015.
2. Кирьянов О. Южная Корея / О. Кирьянов. М.:Рипол Классик, 2017.
3. Межкультурные коммуникации в постиндустриальном обществе / Пряхина А.В., Пряхин Н.Г. СПб.: СПбУУиЭ, 2015.
4. Садохин А.П. Введение в теорию межкультурной коммуникации / А.П. Садохин. М.:КноРус Медиа, 2018.
5. Тангалычева Р.К. Теории и кейсы межкультурной коммуникации в условиях глобализации / Р.К. Тангалычева. М.:Алетейя, 2015.

УДК 316.77, ББК 60.0

Н.Г. Кац  
Naum Gregory Katz  
katz@andrew.cmu.edu

### **Роль Искусства в Межкультурной Коммуникации: Питтсбургский Клойстер Николаса Лохова**

### **The Role of Art in Intercultural Communication: Nicholas Lochoff's Cloister in Pittsburgh**

*Карнеги Меллон Университет, Питтсбург, США  
Carnegie Mellon University, Pittsburgh, USA*

Автор, с позиций современной американской и российской историографии, освещает историю коллекции работ русского художника-копииста Николаса Лохова, подаренную Хелен Клей Фрик Государственному Университету Питтсбурга, и роль этой коллекции в межкультурном обмене и воспитании представителей разных культур.

Ключевые слова: межкультурная коммуникация, клойстер, художественные копии, реставрация, Николай Лохов, Иван Цветаев, ХеленФрик, Бернард Беренсон.

The author, based on modern American and Russian historiography, discusses creation of the cloister with works of the Russian copyist, Nicholas Lochoff at the University of Pittsburgh, which came to life thanks to the generosity of Helen Clay Frick, and the role of the cloister in intercultural exchange and upbringing among representatives of different cultures.

Key words: intercultural communication, cloister, artistic copies, restoration, Nicholas Lochoff, Ivan Tsvetaev, Helen Frick, Bernard Berenson.

Как известно, до рождения так называемого информационного и сетевого общества, ставшего феноменом конца XX - начала XXI вв., лидирующую роль в межкультурной коммуникации играли литература, музыка и искусство. [1] Так, живопись всегда помогала пониманию других народов, их традиций, нравов и исторического пути. Фрески в церквях и соборах, картины старых мастеров рассказывают нам о прошлом этих народов, их культуре, религии и традициях. Понимая роль искусства в общественном сознании, просветители всегда мечтали поставить его на службу позитивного улучшения общества, борьбы с его пороками. Они искренне верили, что только прекрасное сможет и способно преобразовать мир. Одним из таких мечтателей был русский художник Николай Лохов, проживший большую часть своей жизни в Италии.

Автор настоящей публикации «открыл» для себя Лохова около 30 лет назад при посещении одного из корпусов государственного университета Питтсбурга, где располагается кафедра истории искусства и архитектуры. Во внутреннем дворе здания, напоминающем дворик помпейских дворцов с традиционным фонтаном в центре, вдоль аркады, протянувшейся по всему его периметру, под крышей располагалась коллекция копий знаменитых работ итальянских мастеров эпохи Возрождения, сделанная во флорентийской галерее Уффици, в церквях и монастырях Италии. Небольшая аннотация на стене рассказывала о самом копиисте, художнике Николае (Николасе, как его называли в Италии) Лохове, и о почти фантастической истории о том, как его работы прибыли в Питтсбург, став центром специально возведенного для них здания.

До недавнего времени имя художника Лохова, как и имена многих других его современников, покинувших Россию до революции или бежавших после нее и волей судьбы оказавшихся за рубежом, в эмиграции, было мало известно в России, а все попытки родных и близких передать его работы на родину оказались тщетны. И только в начале 1990-х гг., стараниями российских краеведов и историков искусства, имя Николая Лохова, после многих лет забвения, появилось в периодике, были сделаны интересные публикации о его творчестве в Интернете и, наконец, в 2017 году была опубликована замечательная монография, подготовленная Т. Вересовой и М. Талалаем, содержащая богатые российские и зарубежные архивные и ранее неопубликованные документальные материалы о жизни и творчестве художника и судьбе его работ. [2] Авторам удалось даже привлечь внука художника, итальянского искусствоведа НикколоКруччани, любезно предоставившего уникальные документы

и фотографии из семейного альбома и написавшего для книги вводную статью, озаглавленную «Мой Дедушка».

Эти новые публикации в России, вкупе с исследованиями американских историков искусства, прямо или косвенно относятся к культурной истории Питтсбурга и, в частности, к коллекционерской деятельности Хелен КлэйФрик. Они позволили раскрыть неизвестные ранее факты из жизни художника как в России, так и в Италии.

Например, в метрической книге одной из церквей г. Пскова была обнаружена запись относящаяся к 1872 г. о рождении и крещении сына псковского купца Лохова, нареченного Николаем. Старинный провинциальный Псков и сегодня отличается особой красотой: псковский кремль, как и многочисленные средневековые церкви и соборы с их фресками и иконами, доминируют в его ландшафте. На протяжении веков этот город стоял на защите северо-западных рубежей страны. Немало талантливых представителей российской интеллигенции начинали свой жизненный путь в этом городе. К тому же, захолустный Псков являлся и местом ссылки для многочисленных политических оппонентов режима. Можно только предположить, что впечатлительный подросток Лохов уже в школьные годы был знаком с некоторыми из них. Николай Лохов девять лет обучался в Мужской Гимназии Пскова, а затем перевелся в Санкт-Петербургскую Гимназию Императорского Человеколюбивого Общества, которую через два года закончил.

В 1893 г. Николай был принят студентом на физико-математический факультет Императорского Санкт-Петербургского Университета, где изучал естественные науки. Архивные материалы и, в частности, личное дело студента Императорского Петербургского Университета Николая Лохова, позволяют сделать вывод том, что его обучение в университете было весьма хаотичным, он не всегда успешно сдавал экзамены, уходил из университета по болезни, ездил на продолжительное лечение в Евпаторию и вновь возвращался в университет. Среди профессоров, чьи лекции слушал студент Лохов, были какие-то корифеи Российской науки второй половины XIX в., как В. В. Докучаев, читавший курс минералогии, и А. Н. Бекетов, читавший курс ботаники. Вероятно, растущий интерес Николая к политическим событиям в России явился причиной его официального обращения к администрации университета с просьбой разрешить ему, в дополнение к программе физико-математического факультета, слушать лекции на юридическом факультете. [3] Студент Лохов проводил довольно много свободного времени в Эрмитаже, копируя работы старых мастеров. Судя по опубликованным документам, Николай, так и не закончив обучение, был отчислен из университета и выслан в Псков, не получив документа об образовании. Причиной стала его революционная деятельность, в частности, участие в студенческих демонстрациях и забастовках. К этому времени молодой человек перечитал многие фундаментальные работы основоположников марксизма, был знаком с произведениями первого российского социалиста Г. Плеханова и являлся активным членом «Союза борьбы за освобождение рабочего класса», созданного В. Лениным в 1894-1895 гг.

Сюда же, в Псков, в 1900 г., после трехлетней сибирской ссылки, прибывает и сам Ленин, который выбрал этот город для начала подготовки к созданию своей партии. Лохов вошел в группу так называемых «псковских искровцев», которая организовывала издание газеты «Искра» за рубежом. Однако, уже тогда политические платформы Ленина и Лохова кардинально разошлись: будучи сторонником немецкого социалиста Е. Бернштейна, отрицавшего крайние революционные методы борьбы за политическую власть и подчеркивавшего, что социализм и улучшение экономического положения рабочего класса могут быть достигнуты мирным путем через законодательные реформы, Лохов подвергался резкой критике со стороны Ленина, считавшего его позицию вредной для пролетариата.

Временно проживая во Пскове, в ожидании предписания властей следовать к месту ссылки в г. Астрахань, Лохов строил планы о том, как по пути следования исчезнуть за границу. Еще в бытность свою в Санкт-Петербурге Н. Лохов познакомился и полюбил Марию Сизареву, слушательницу Бестужевских курсов, пламенную революционерку, которая не раз арестовывалась и даже ссылалась. Готовя побег из России, Лохов уговорил Марию следовать с ним. После многочисленных приключений в пути, включивших даже помощь контрабандистов, 25 декабря 1900 Мария и Николай оказались за границей. Мария стала верной, надежной женой и соратницей Лохова, ей суждено было делить с ним все радости, успехи и печали.[4]

Живя за границей до 1905 г, Лохов продолжал развивать свой интерес к живописи, посещая музеи и, насколько это было возможным, копировал работы мастеров Ренессанса в залах европейских музеев. Это пристрастие к искусству долгое время не доминировало в жизни молодого революционера. Так, в Женеве Лохов в 1900-1902 гг. участвовал в подготовке издания газеты «Рабочая Мысль», печатного органа «экономистов», а также был членом «Союза Русских Социал-демократов за Границей». В это же время Ленин готовил своих сторонников к созыву съезда, которому предстояло принять программу его партии. В 1903 г. Николай вошел в Заграничное отделение организационного комитета съезда от «Союза Русских Социал-демократов за Границей». Но мы не найдем имени Лохова среди делегатов Второго Съезда Российской Социал-демократической Партии (1903г.): «экономисты», сторонником которых был Николай, к этому времени стали заклятыми врагами Ленина, в переписке которого упоминается имя Ольхина (политический псевдоним Лохова) и указания о том, что необходимо изолировать и устранить его от участия в заграничном комитете партии. После съезда Лохов отошел от революционной деятельности. [5]

21 октября 1905 г., на вершине подъема Первой Русской Революции, была объявлена амнистия за политические преступления, и это позволило Лоховым вернуться на родину. После короткого пребывания в Пскове и встречи с родными и близкими, они уехали в Петербург, где Николай хотел приложить к действию свой природный талант копииста и реставратора.

В Петербург Лохов прибыл с образцами выполненных им за рубежом живописных копий. Знаменитый русский художник Н. Рерих, секретарь

Императорского Общества Поощрения Художеств, не только выставил одну из его работ в Обществе, но и купил ее для музея Общества. Высокая оценка Рериха способствовала и тому, что многие другие произведения Лохова, включая копии сделанные в Эрмитаже, Лувре и других музеях, были быстро раскуплены коллекционерами. В 1906-1907 гг. Лохов делал копии шедевров западноевропейского искусства эпохи Возрождения в залах Эрмитажа. Уже тогда он стал известен как очень талантливый копиист. А в 1907 г. Лоховы направляются во Флоренцию. Вероятно, Николай был направлен туда или Обществом Поощрения Художеств, или Академией Художеств, а может быть даже и Эрмитажем. Работая над копиями, Лохов всегда сам готовил краски (здесь, видимо, помогали и знания по химии, полученные в годы учебы в университете), старался представить себя участником изображенных на оригиналах событий, пытался понять технику и раскрыть секреты старых мастеров. [6]

Спустя несколько лет, в 1910 г. начинается его сотрудничество с И. В. Цветаевым, который вошел в историю культуры России как создатель и первый директор Музея Изящных Искусств им. Императора Александра III (ныне Государственный Музей Изобразительных искусств им. А.С. Пушкина). Цветаев верил в великую воспитательную роль искусства как в жизни общества, так и каждого индивидуума. Он мечтал создать музей, который позволил бы всем тем, кто не имел средств для путешествий по музеям мира, своими глазами увидеть и полюбить все то лучшее, что принадлежит к шедеврам мирового искусства. А для этого, по мнению Цветаева, необходимо было собрать в залах нового музея как слепки шедевров архитектуры, скульптуры, так и копии живописных работ европейских мастеров. Эстетические взгляды Цветаева соответствовали жизненной позиции и кредо Лохова, который мечтал о спасении мира через прекрасное, через красоту, через искусство. Эта утопическая позиция, как показала история, была простодушной и наивной.

Для осуществления планов директора музея Цветаева создается «Общество Друзей Идеи Лохова» и находится спонсор - промышленник и меценат В. Якунчиков, который соглашается финансировать работу художника за границей. Стороны оговорили и ближайший план работы, включавший копирование работ Сандро Боттичелли, Джованни Беллини, Биато Анжеликой других мастеров Возрождения из музеев, монастырей и церквей Флоренции, Милана и Пизы. Цветаев в переписке с художником рекомендовал дополнить копии шедевров итальянских мастеров XIV-XVI вв. портретами великих живописцев и знаменитых деятелей прошлого этой страны.

Во время работы во Флоренции Лохову удалось найти состав темперы, близкий к тому, которым пользовались мастера Возрождения. Но он держал его в секрете и на вопросы коллег давал уклончивые ответы, рекомендуя почитать опубликованную литературу. Многие итальянские реставраторы говорили о том, что на полотнах, восстановленных русским мастером, невозможно было даже найти где он приложил руку. [7]

Однако, ход истории не способствовал плану Лохова. В августе 1913 умирает Цветаев, а год спустя начинается Первая Мировая Война. Лоховы, отрезанные от России, находились в Италии, и художник не прекращал работу. К тому же, в 1916 г. скончался В. Якунчиков, спонсор художника. В сентябре 1917 г. приходит телеграмма от его вдовы: в военных условиях нет больше возможности высылать деньги.

Согласно Мэри ЛоганБеренсон, до 1917 Лохов успел отправить восемь работ для музея Цветаева и обещал сделать и выслать еще около пятидесяти копий. [8]Когда в октябре 1917 г. в России произошел большевистский переворот, во Флоренции находилось еще девять приготовленных для отправки, но невостребованных копий.

Художнику нужны были средства для продолжения работы. Все попытки взять деньги взаем под залог его картин оказались безуспешны. К тому же, итальянские власти, после произошедшей в России революции, резко изменили свое отношение к русским эмигрантам, так что на помощь не приходилось надеяться. Художник долгие годы продолжал жить надеждой отправить свои работы в Москву и был готов голодать, но не продавать работы, заказанные Цветаевым. [9]

Чтобы свести концы с концами, он одновременно писал две копии: одну - для музея в Москве, а другую – на продажу. Слава о замечательном русском копиисте распространилась по Италии и за ее пределами. В начале 1920-х гг. уже многие музеи и храмы, а также частные коллекционеры Европы, Америки и Австралии, стали покупать работы Лохова. Правительство Италии, опасаясь за будущее фресок и картин в знаменитых храмах и дворцах Флоренции, Ассизы, Венеции, Падуи, Рима и многих других городов, доверяет только ему одному делать их копии. Лохова, как крупнейшего эксперта, приглашают для консультаций в Париж.

Популяризации имени Лохова среди американских коллекционеров во многом способствовало знакомство с ним Бернарда Беренсона, американского историка искусства, автора многочисленных публикаций и ведущего эксперта в живописи эпохи Возрождения, который стал с энтузиазмом пропагандировать его работы среди коллекционеров мира. Среди покупателей копий мастера были художественный музей Фогга при Гарвардском университете, Портлендский художественный музей, Школа Св. Марка в Салисборо.

Среди частных американских покупателей особый интерес к копиям Лохова проявила Хелен КлэйФрик, одна из самых богатых женщин США, дочь Генри КлэяФрика американского предпринимателя, финансиста и мецената. Свой неоклассический дворец, построенный в центре Манхеттена, вместе с собранной там коллекцией шедевров мирового искусства, Фрик завещал для основания музея, который ныне носит его имя.

Еще в 1923 г. Хелен Фрик заказала Лохову копию работы ДуккиоДиБуонисегна «Маеста»из кафедрального собора Сиены. Однако, русский мастер так и не смог выполнить этот заказ, потому что «Маеста» была когда-то так плохо реставрирована, что трудно было представить как она выглядела первоначально.[10]Госпожа Фрик планировала заказать копию другой «Маесты», фрески работы Симоне Мартини из

Палаццо Пабблико в Сиене. Опубликованные недавно материалы переписки Хелен Фрик с Эдвардом Форбсом директором музея Фогг при Гарвардском университете, говорят о том, что Лохов запросил за эту работу, на которую он планировал затратить четыре года, 100.000 долларов. Хелен Фрик считала, что эта сумма была огромной. По ее мнению копия, какой прекрасной она бы ни была, остается копией. Сам же Форбс предлагал обратиться к Муссолини, чтобы обеспечить художнику финансовую помощь, хотя бы в виде оплаты расходов на мастерскую. Хелен не последовала его совету и отказалась от мысли иметь эту копию. [11]

В 1928 г. Хелен заказывает Лохову копию фрески Пьетроделла Франческа «Воскресение» из г. Сан Сеполкро в Тасканиидля факультета изящных искусств университета Питтсбурга и копию фрески ПьетроЛоренцетти «Мадонна со Св. Франциском и Св. Джоном Евангелистом» из Базилики Св. Франциска в Ассизи, которая предназначалась для читального зала Искусствоведческой Библиотеки Фрика в Нью-Йорке. В одном из сохранившихся писем, Хелен рассказывала об огромном впечатлении оставленном от посещения 30 сентября 1928 г. мастерской Лохова, где она и ее мать увидели наброски копии фрески ПьетроделлаФранчески, заказанной русскому мастеру. [12]

Когда весть о заказе Хелен Фрик достигла ректора университета Питтсбурга Джона Баумана, он пригласил известного архитектора Чарльза Клаудера, специализировавшегося на планировании университетских кампусов, сделать проект здания для Кафедры Изящных Искусств. Хотя Клаудер по отцу имел немецкие корни, зная весьма предвзятое отношение Хелен Фрик к немцам, он все же доверил этому архитектору работу над проектом. Отметим, что Хелен не противилась этому решению, поскольку Клаудер был гражданином США, родившемся и выросшим в Филадельфии. [13]

Стараясь воссоздать копии максимально приближенные к оригиналу, Лохов намеренно «старил» их путем нанесения «патины времени», как это имело место на оригинале. Так, художник работал восемнадцать месяцев в залах Уффици, копируя «Рождение Венеры» Боттичелли, и копия Лохова выглядела, вероятно также, как шедевр Боттичелли на момент его создания. Но ему понадобилось еще шесть месяцев, чтобы «довести» копию до кондиции, в которой в то время находился оригинал. [14] Беренсону удалось убедить Лохова сохранять у копий первозданную свежесть оригинала. Мэри ЛоганБеренсон оставила воспоминания, опубликованные в 1930 г., о потрясении, которое она испытала от посещения мастерской художника. Это было, по ее словам, какое-то чудо: такое скрупулезное воспроизведение того, что было создано многими гениальными мастерами прошлого, по ее мнению, еще никогда не имело места в истории искусства Европы. [15]

Выполняя заказы коллекционеров и музеев, Лохов, будучи настоящим патриотом, не забывал и о своем обещании данном им Цветаеву: он продолжал делать копии для московского музея. К середине 1930-х им было изготовлено около сорока копий, которые все еще оставались невостребованными. Работы Лоховане были нужны в те годы в СССР, где, чтобы найти средства для индустриализации, стали

продавать за рубеж золото, реквизируемые у церкви и частных лиц ценности и даже музейные сокровища. В 1928-1933 гг. правительство СССР начало распродажу полотен из коллекции Эрмитажа, в результате которой с молотка ушли и навсегда покинули Россию 24.000 произведений искусства, включая работы Рафаэля, Рембрандта и Тициана. Только один Андро Меллон, известный американский банкир, промышленник и коллекционер, приобрел 21 шедевр мировой живописи, заплатив за эту сделку всего 6,600.000 долларов. По словам Джозефа Дювина, наиболее успешного английского арт-дилера 1920х -1930х гг., Эрмитаж, после этих распродаж, перестал быть самой значительной художественной коллекцией в мире и разошелся по частям. Дювин не мог понять того, как страна могла позволить себе продажу таких шедевров мирового значения.[16] В этой обстановке не могло быть и речи о покупке копий у художника-эмигранта.

Среди позитивных моментов в жизни семьи Лохова была дружба с латвийским художником-эмигрантом Евгением Климовым, знатоком северной, Псковской церковной архитектуры и живописи, перебравшимся после Второй Мировой войны в Канаду, и с художником Эриком Преном, родившемся в Москве в семье выходцев из Великобритании, также обучавшимся живописи в Риге и в 1939 г. уехавшим с семьей в Англию. Разбросанные по миру друзья были в переписке, а после смерти Лохова, как могли, поддерживали и навещали его вдову.

Со второй половины 1930 гг., в результате экономического кризиса и последовавшей за ним депрессии, интерес коллекционеров к покупке копий работы Лохова значительно падает. К тому же, агрессивная внешняя политика Муссолини, его блок с нацистской Германией и ввязывание Италии во Вторую Мировую Войну - все это не могло создать нормальной обстановки для развития искусства в стране. Главным принципом в подходе дуче к искусству стало «возвращение к порядку». Известный итальянский футурист Карло Карра, характеризуя подход фашистского режима в Италии к задачам изобразительного искусства, писал о том, что для этого режима современное искусство, по духу своему, должно было коренным образом отличаться от того, что делали старые мастера. [17]

Следует отметить, что период жизни и творчества Лохова конца 1930 гг. и в годы Второй Мировой Войны все еще недостаточно изучен. Ясно, что финансирование каких-либо реставрационных работ старых мастеров становится скудным. Для художника наступают трудные времена. С окончанием войны и пришедшей после нее разрухой ситуация в Италии становится еще более тяжелой. Из переписки жены Марии Лоховой с художником Климовым, можно узнать о творческой и физической депрессии Николая, всеми забытого, лишённого средств к существованию, о его заброшенной мастерской, где хранились никогда не востребованные копии фресок и живописных полотен, которые могли бы стать украшением лучших московских и ленинградских музеев. Н. Лохов скончался в 1948 г. во Флоренции, так и не узнав о судьбе своих творений.

Вскоре вдова художника начинает переписку с Игорем Грабарем, известным советским художником, директором Института Истории Искусства Академии Наук

СССР. Интересно отметить, что сам Грабарь в годы Второй Мировой Войны выдвинул идею компенсации потерь музеев на временно оккупированной врагом территории за счет художественных сокровищ Германии и ее союзников. [18] Грабарь, ссылаясь на различные обстоятельства, отказался, а может быть, побоялся приобрести работы русского художника, жившего за границей, и вернуть России то, что ей предназначалось.

Финансовое положение семьи Лохова, оставшейся без кормильца, стало критическим. Необходимо было срочно продать коллекцию целиком и постараться не разъединить ее. Зная об этой ситуации, на помощь снова пришел искусствовед Беренсон, которому уже было девяносто три года. Он обратился с предложением к Хелен Фрик подумать о покупке коллекции работ мастера.

В 1958 г. Хелен Фрик вновь приезжает во Флоренцию, чтобы отобрать работы Лохова. Сын художника, Борис, привел ее в мастерскую отца и показал 23 работы. 3 июля 1958 г. Хелен встретила Беренсона и сообщила о своем твердом решении купить коллекцию. Назначенная наследниками первоначальная стоимость 60.000 долларов в ходе переговоров была снижена до 40.000. Семья покойного художника согласилась на эту сумму, потеряв надежду продать коллекцию на более выгодных условиях. Сделка была окончательно завершена 30 июля, когда адвокат Хелен и ее банкиры заверили надлежащие документы. [19]

Так как Питтсбургский университет все еще не возвел обещанное Хелен Фрик здание для кафедры изящных искусств, первоначальным ее намерением было разместить купленную коллекцию в семейной усадьбе Клейтон. [20] Она даже думала построить там здание, копирующее знаменитую Педуанскую Капеллу, известную как Капелла дель Арена, и разместить там работы Лохова. [21] Позднее Хелен всё-таки решила подарить коллекцию кафедре изящных искусств, основанной ею в 1925 г. и носившей имя ее отца. Хелен хорошо понимала, что шедевры русского мастера создадут особую образовательную ауру для интересующихся искусством молодых людей. Еще в 1925 г. она предоставила на нужды кафедры 75.000 долларов, и вскоре, ее стараниями, она стала одной из ведущих в стране. [22] В письме канцлеру университета Е. Литчфилду от 12 ноября 1958 г. заведующий кафедрой, профессор В. Ховой, писал, что госпожа Фрик категорически против какой-либо модернисткой архитектуры для планируемого нового здания и возражает против размещения кафедры в крыле университетской библиотеки. [23] Как известно, Хелен была не только богата, но и весьма эксцентрична: она постоянно меняла свои требования к архитектурному стилю планируемого здания и к месту его расположения. В то же время, ей очень хотелось, чтобы здание увековечило память об ее отце.

Наконец, в 1959 г. лоховские копии прибыли в Питтсбургский Университет. Выставка, представлявшая только 12 работ из коллекции, открылась 4 ноября, и это событие привлекло толпы народа, став значительным событием в истории города. После долгих дискуссий о ее постоянном размещении, по предложению Хелен, решено было построить вокруг клойстера с работами Лохова здание в стиле Итальянского Ренессанса. [24] Архитектурная фирма Б. Кеннета Джонсона

спроектировала двухэтажный корпус из серого известняка с барельефом Генри Клэя Фрика работы скульптора Малвины Хоффман над главным входом. Сам клойстер напоминает аркаду знаменитой флорентийской церкви Санта-Мария-Новелла. [25] Строительство началось в 1962 г., и здание было открыто в 1965 г. В дополнение к клойстеру, лекторию, университетской художественной галерее и другим учебным аудиториям, здание имеет роскошную библиотеку, декорированную деревянными панелями, сделанными по специальному заказу столами и, конечно, книжными полками с книгами и каталогами по искусству, которые Хелен Фрик начала покупать для кафедры еще в 1927 г., подарив таким образом университету более 100. 000 книг по истории искусства. Дом Изящных Искусств им. Генри Клэя Фрика стал третьим зданием в Питтсбурге, хранящим художественные ценности и связанным с именем Фрика, в дополнение к усадьбе «Клейтон» и художественному музею. [26]

Некоторые исследователи считают, что благотворительность госпожи Фрик была мотивирована, главным образом, чувством вины перед жителями Питтсбурга за преступления, совершенные ее отцом, который в 1892 г. жестоко подавил забастовку рабочих сталелитейного завода в Хомстеде, принадлежавшем компании Карнеги. Хотя, с точки зрения психологии, такая мотивация и возможна, она всё-таки представляется весьма спорной. Мы не должны забывать о том, что основатели и менеджеры сталелитейной промышленности города были одними из самых богатых людей в США. В то же время, они всегда помнили и о благотворительности, открывая музеи, библиотеки, концертные залы не только в Питтсбурге, ведущем центре сталелитейной промышленности страны, но и в других городах США и даже за рубежом. С этой позиции, благотворительность Хелен Фрик заслуживает только глубочайшего уважения.

Необходимо отметить, что клойстер стал не просто депозитарием работ русского мастера. Он активно используется в учебных целях для нового поколения историков искусства, а значит достойно служит идее мастера, мечтавшего о том, что его творения будут преображать мир.

#### Литература:

1. Neuliep J.W. Intercultural Communication: A Contextual Approach. Newbury Park, CA: Sage Publications, Inc.; Seventh ed., 2017. 528 P.; Martin J.N., Nakayama T.K. Experiencing Intercultural Communications: An Introduction. New York: McGraw-Hill Education; 6 ed., 2017. 432 P.; Samovar L.A., Porter R.E. Communication Between Cultures. Boston: Cengage Learning, 9 ed., 2016. 432 P.
2. Вересова Т.В., Талалай М.Г. Человек Ренессанса: Художник Николай Лохов. М.: Старая Басманная, 2017. 317 С.; Хождения во Флоренцию: Флоренция и флорентийцы в русской культуре. Век XIX / Под ред. Е. Гениевой. М.: Центр книги ВГБИЛ имени М.И. Рудомино, 2009. 736 С.
3. Центральный Государственный Архив Санкт Петербурга (ЦГА СПб). Ф. 14. (Императорский Петроградский университет. 1819-1918 гг.). Оп. 3. Д. 30023 (Лохов Николай Николаевич. Личное дело студента).
4. Вересова Т.В., Талалай М.Г. Человек Ренессанса: Художник Николай Лохов. С. 39-43.
5. Ленин В.И. Полное Собрание Сочинений. М.: Издательство Политическая Литература, 1975. Т. 46, С. 612.

6. Вересова Т. В., Талалай М.Г. Человек Ренессанса: Художник Николай Лохов. С. 67-68; Hovey W.R. Nicholas Lochoff Cloister of the Henry Clay Frick Fine Arts Building. University of Pittsburgh Press, 1967. P. 3.
7. Там же. С. 70, 236-238.
8. Berenson M. L. A Reconstruction of Old Masterpieces // The American Magazine of Art. 1930. Vol. 21, Iss. 11. P. 628.
9. Там же. С. 632.
10. Sanger M.F.S. Hellen Glay Frick: Bittersweet Heiress. University of Pittsburgh Press, 2007. P. 166.
11. Вересова Т. В., Талалай М.Г. Человек Ренессанса: Художник Николай Лохов. С. 214-218.
12. Sanger M.F.S. Hellen Glay Frick: Bittersweet Heiress. P. 166.
13. Там же.
14. Berenson M. L. A Reconstruction of Old Masterpieces. P. 631.
15. Там же. С. 628.
16. Semenova N. Selling Russia's Treasures: The Soviet Trade in Nationalized Art, 1917-1938. New York, London: Abbeville Press, 2013. PP. 128-223; Akinsha K., Kozlov G. Beautiful Loot: The Soviet Plunder of European's Art Treasures. New York: Random House, 1995. P. 41.
17. Flint K. Art and the Fascist Regime in Italy // Oxford Art Journal. 1980. Vol. 3, Iss. 2. PP. 49-54.
18. Akinsha K., Kozlov G. Beautiful Loot: The Soviet Plunder of European's Art Treasures. P. 20.
19. Sanger M.F.S. Hellen Glay Frick: Bittersweet Heiress. P. 275.
20. Kirkland, K. Schenley Fountain, Frick Fine Arts Building Honors Wealthy Namesakes // Pittsburgh Post-Gazette. 2003. July 20.
21. Sanger M.F.S. Hellen Glay Frick: Bittersweet Heiress. P. 275.
22. Robert C. Alberts. Pitt: The Story of the University of Pittsburgh, 1787-1987. University of Pittsburgh Press, 1986. P. 107.
23. Sanger M.F.S. Hellen Glay Frick: Bittersweet Heiress. P. 275.
24. Fifield B. Seeng Pittsburgh. University of Pittsburgh Press, 1996. P. 85.
25. Sanger M.F.S. Henry Clay Frick Houses: Architecture, Interiors, and Landscapes in the Golden Era. New York: The Monacelli Press, 2001. P. 31.
26. Toker F. Pittsburgh: An Urban Portrait. Pennsylvania State University Press, 1986. P. 101.
27. M. Pitz, M. Rare Murals Being Restored in Pitt Fine Arts Building // Pittsburgh Post-Gazette. 2003. May 25.

УДК 1 (130.1) + (303.01), ББК 87.6

А.В. Осипова  
Alexandra Osipova  
alexandrao@yandex.ru

## **Сотрудничество брендов с крупнейшими музеями Москвы и Санкт-Петербурга Collaborations of brands with the most significant museums of Moscow and Saint-Petersburg**

*Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова  
Plekhanov Russian University of Economics*

В статье рассматриваются разные виды сотрудничества брендов с крупнейшими музеями двух столиц, как часть коммуникационной политики компаний. Проанализированы десять сайтов арт-институций Москвы и Санкт-Петербурга, которые входят в топ самых посещаемых музеев и освещена их направленность. Выделены виды сотрудничества, которые музеи предлагают компаниям и обозначены цели этого взаимодействия. Обозначен круг компаний, которые считают данное сотрудничество необходимым в рамках выстраивания своей коммуникационной концепции.

Ключевые слова: арт институции, бренды, коммуникационная концепция, партнерство, меценатство, музеи, патронаж, сотрудничество, спонсорство.

The research is about the collaboration of brands and the most significant museums of Moscow and Saint Petersburg. The objects of study are 10 websites of museums, which are in the list of the most attended art-institutions in both cities. The research determines the types of collaboration, which museums offer to the brands and the circle of companies, which are interested in this partnership according to their communication concept.

Keywords: art institutions, brands, collaboration, cooperation, communications concept, museums, partnership, patronage, sponsorship.

Популярность музеев в России с каждым годом возрастает. Так, по данным Министерства культуры количество посещений музеев в 2016 – составило 123,6 млн, что более чем в 2 раза превышает число посетителей в 2008 году [1].

Есть множество факторов, которые объясняют стабильно возрастающий интерес музейной публики: среди которых и общий тренд «ценность культуры», и увеличение количества и качества оригинальных проектов, и выстраивание концепции взаимодействия с посетителями, которая сейчас все больше направлена на интерактивность. Благодаря этим факторам сотрудничество с музеями становится все более привлекательным для коммерческих компаний. Бренды помогают музеям осуществить значимые проекты, поддерживая именно те из них, которые позволяют им обозначить свою коммуникационную концепцию.

Так, например, российская технологическая компания Mail.Ru Group является партнером направления Пушкинский XXI в Пушкинском музее, а оператор мобильной связи Теле2 является стратегическим партнером Мультимедиа арт музея и активно участвует в культурных событиях в Москве, Санкт-Петербурге и регионах России, предлагая своим абонентам особые преимущества и видя свою роль оператора как «партнера по стилю жизни» [2].

Каждый музей старается выстроить свой сильный бренд с определенной миссией и концепцией развития и предлагает коммерческим, государственным, культурным и личным брендам разного рода сотрудничество, которое направлено на расширение целевых аудиторий.

В данной работе проанализированы сайты самых посещаемых музеев Москвы и Санкт-Петербурга. Среди музеев Москвы: Государственная Третьяковская галерея, Государственный музей изобразительных искусств имени А. С. Пушкина, Московский музей современного искусства, Мультимедиа Арт Музей /Московский дом фотографии и Музей современного искусства «Гараж». Среди музеев Санкт-Петербурга: Государственный Эрмитаж, Государственный Русский музей, Государственный музей-заповедник «Петергоф», Музей антропологии и этнографии им. Петра Великого (Кунсткамера) Российской академии наук, Государственный музей истории Санкт-Петербурга и Музей современного искусства «Эрарта».

Самым посещаемым музеем России является Петергоф, но так как он является музеем-парком, то он стоит несколько особняком.

Важно отметить, что в списке московских арт-институций три из них имеют направленность на современное искусство, а Третьяковская галерея и Пушкинский музей имеют линии и традиционного, и современного искусства.

В отличие от музеев Петербурга, где музей современного искусства только один – «Эрарта», Эрмитаж и Русский музей также имеют специальные направления, экспонирующее современное искусство, а другие музеи - Кунсткамера и Истории - сконцентрированы на историческом наследии.

Также важно отметить, что каждый музей ведет активную образовательную деятельность, при этом некоторые музеи современного искусства кроме дополнительного образования предлагают профессиональное образование для кураторов и современных художников, например, «Свободные мастерские» в ММСИ и «Школа Родченко» в ММАМ.

Музеи мирового масштаба, такие как Эрмитаж, Русский музей, Третьяковская галерея и Пушкинский музей имеют фонды поддержки и развития, которые отвечают за привлечение средств для поддержки деятельности музеев. Их попечительские советы обычно состоят из представителей государственных чиновников и глав крупных компаний.

Исследование показало, что предлагаемые музеями виды сотрудничества: партнерство, спонсорство, меценатство, патронаж и клуб друзей музея. При этом каждый из видов сотрудничества дает партнерам свои преимущества.

Основными партнерами и спонсорами музеев являются российские бренды, а также российские представительства зарубежных и мировых компаний. Среди индивидуальных партнеров преобладают менеджеры крупных компаний и публичные личности.

Особую роль в сотрудничестве музеев и брендов в настоящее время играет согласование интересов участников партнерства. Так, по мнению, Г.П. Камневой и Н.Н. Туктаровой, «и музей, и спонсор только выиграют, если выставка или проект основаны на мощной идее, отражающей интересы публики, и их концепция согласуется с миссией музея, в то же время соответствуя интересам и задачам спонсора» [3, с. 34]

Одним из главных трендов нашего времени является ценностный подход к партнерству [4, 5]. В связи с этим маркетинговая терминология становится менее актуальной. То, что в недавнем прошлом считалось маркетинговой деятельностью, сейчас называется коммуникационной политикой, термин «потребитель» меняется на понятия «целевая аудитория», «посетитель», «покупатель», «клиент».

Подводя итоги, можно сказать, что успех сотрудничества музеев и брендов заключается встраивании долговременного и перспективного партнерства, создавая уникальные проекты, основанные на философии, миссии и ценностях всех участников, где одной из основополагающих ценностей является культура.

#### Литература

1. Статистика культуры 2016. Ежегодное справочное издание о состоянии культуры Российской Федерации в цифрах. М.: 2017. – 292 с.
2. Официальный сайт Мультимедиа Арт музея [Электронный ресурс] — Электрон. текстовые дан. — Режим доступа: <http://www.mamm-mdf.ru/museum/partners/>, свободный. (дата обращения 10.10.2018)
3. Г.П. Камнева, Н.Н. Туктарова. Значение маркетинговой деятельности для современных музеев //Вестник ассоциации вузов туризма и сервиса. 2008. #3. С.27-35
4. Осипова Е.А. Аксиологические основания теории связей с общественностью: монография М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 228 с.
5. Осипова Е.А. Связи с общественностью в социальной сфере. Ценностно-ориентированный подход к PR-практике. Монография. – М.: ИПК госслужбы РАГС, 2007. – 128 с.

**СЕКЦИЯ 9. ЛИЧНОСТЬ В ИНФОРМАЦИОННОМ И СЕТЕВОМ ОБЩЕСТВЕ**  
**SECTION 9. PERSONALITY IN THE INFORMATION AND NETWORKING**  
**SOCIETY**

УДК 130.2, ББК Ю6я431

О.И. Жукова<sup>1</sup>, В.Д. Жуков<sup>2</sup>  
Olga Zhucova, Vladimir Zhucov  
oizh@list.ru

**Человек в современном информационном обществе**  
**Man in the modern information society**

*Кемеровский государственный университет<sup>1</sup>*  
*Kemerovo state university*

*Кемеровский государственный медицинский университет<sup>2</sup>*  
*Kemerovo state medical university*

В работе затрагивается проблема существования человека в современном информационном обществе. Раскрываются подходы к рассмотрению взаимоотношений общества и человека и последствия воздействия информации на личность.

Ключевые слова: информационное общество, человек, информация, дезинформация, мышление, смысл

The work addresses the problem of human existence in the modern information society. It reveals approaches to the consideration of the relationship between society and a person and the consequences of the impact of information on a person.

Key words: information society, man, information, mentality, sense

В гуманитарном знании современное общество имеет различные характеристики и обозначения. Его называют постиндустриальным (Д.Белл), надиндустриальным (Р. Арон), электронным (М. Морисима), программируемым (А. Турен), обществом риска (Д. Белл), цивилизацией третьей волны (О. Тоффлер), обществом постмодерна (Ж.Лиотар). Безусловно, подобные имманентные характеристики вполне объективно отражают современный социум. Но, как нам представляется, наиболее точным отражением социума является его обозначение в качестве информационного. Именно информация в ее различных формах ( от примитивно-упрощенной до сложно – интеллектуальной ) пронизывает все структуры социального мира. В этом контексте, общество предстает как фабрика смыслов (З. Бауман)[1.] и эти смыслы порождены информационным воздействием.

Влияние информации на личность исследуется многими теоретиками. К числу таких мыслителей, не потерявших свою актуальность, можно отнести Э. Фромма, который в своих текстах («Бегство от свободы», «Здоровое общество», «Иметь ли быть» и др. ) показывает зависимость человека от информационных установок

общества и тех «иллюзий индивидуальности», которые представляются ему как естественно личностными, а на самом деле являются детерминированными социальными предпочтениями и различными способами навязываемыми индивиду.

Фромм обосновывает следующую мысль: фактически любая сфера общества (экономическая, политическая, образовательная и др.) пронизаны информационным воздействием. Так, например, в рекламе подчеркивает мыслитель, методы, которые в ней используются, в основе своей иррациональны, они не имеют ничего общего с подлинной сущностью предметов, «они усыпляют и убивают критические способности покупателя, как опиум или прямой гипноз... По сути дела, эти методы усыпления способности к критическому мышлению гораздо опаснее для нашей демократии, чем открытие нападки на нее; в смысле же воздействия на человеческую личность они гораздо безнравственнее непристойной литературы, издание которой наказуемо» [ 2. с.114]

Подобную критическую оценку информационного общества мы встречаем и в работе более близкого по времени нам мыслителя Д. Соммэра «Мораль XXI века»[3.] Здесь общество рассматривается как источник дезинформации, переворачивающий сам смысл объективного понимания реальности. В книге автор показывает, что общество, в котором информация подменяется дезинформацией, превращает людей в примитивных ограниченных индивидов, а не культурных людей. Мышление человека все более запутывается и затуманивается, вместо того, чтобы просветляться. Мозг людей получает различные антиномичные послания, которые усиливают состояние деструктивности и не дают возможности объективно, не предвзято оценить тот или иной объект. Различные информационные структуры борются за сознание людей, и человеку ничего не остается, кроме как ментально принадлежать тому или иному продукту, идеологии, политической партии, но никогда не принадлежать самому себе.

Результат подобного воздействия оказывается амбивалентным: с одной стороны, налицо скептицизм и цинизм в отношении всего, с чем сталкивается индивид, с другой – наивное доверие ко всему, что говорится и предлагается. Подобное сочетание цинизма и наивности весьма типично для современного человека, результатом которого становится боязнь собственного мышления, ответственных самостоятельных решений и привычка скорее быть ведомым, чем самому вести.

На подобную тенденцию, происходящую с человеком в обществе, обращали внимание многие мыслители прошлого. В этом контексте сегодняшняя философическая конструкция не является совершенно новой. Но она заостряет внимание на сложностях выбора интеллектуально нравственной позиции личности в море полифонизма текущей информации. И в этом ее значимость.

Литература:

1. Бауман З. Индивидуализированное общество - М.: Логос, 2002
2. Фромм Э. Бегство от свободы – М.: Прогресс, 1989
3. Соммэр Д. Мораль XX века – М.: Научная книга, 2007

## **Меняющаяся роль ученого в цифровом обществе** **Changing role of the researcher in digital society**

*Университет при Межпарламентской Ассамблее ЕвразЭС*  
*University by Inter-parliamentary Assembly of EurAsEC University under the EurAsEC*

В цифровом обществе радикально трансформируют не только промышленное производства, но и многие традиционные виды деятельности. В частности фундаментальные изменения происходят в научно-образовательной среде. Традиционная идентичность академического ученого становится менее четкой или размытой. Она все больше принимает гибридный характер, которые позволяет ученому выжить в условиях формирования глобальной сверхконкурентной среды.

Ключевые слова: цифровое общество, публика, научные коммуникации, ученый, идентичность

In a digital society, not only industrial production but also many traditional activities are radically transforming. In particular, fundamental changes are taking place in the scientific and educational environment. The traditional identity of an academic scientist becomes less clear or blurred. It is increasingly taking a hybrid nature that allows scientists to survive in the formation of a global competitive environment.

Key words: digital society, public, scientific communications, researcher, identity

Переход к цифровой экономике означает не только новое качество жизни, развитие человеческого капитала, но и создание новой глобальной сверхконкурентной среды, уничтожающей или радикально трансформирующей многие традиционные виды деятельности. К последним можно отнести научную и в более широком смысле научно-образовательную деятельность

Университеты как центры науки и образования лишились монополии на производство знания и не последнюю роль в этом сыграло развитие информационных технологий и создание альтернативных информационных платформ. В перспективе университеты как центры науки и образования ждут фундаментальные трансформации, граничащие с их исчезновением. В настоящее время академические дисциплины стали важна не как освоенный корпус знаний, а скорее как поле различных практик. В этой ситуации меняется роль профессионального ученого. Она становится более сложной и разнообразной, ориентированной на многоликую публику. Современный университет становится не только институтом подготовки высококвалифицированных кадров, центром развития науки и технологий, но и инструментом самообразования публики.

Публикой университета существенно расширилась за счет развития внешних коммуникаций. Традиционные понятия аудитория и курсы наполнились новым содержанием и стали более неопределенными: и студенты, и любопытствующая публика, и даже люди, далекие от изучения истории или литературы, но готовые слушать лекции во время пробежки в парке, становятся аудиторией лектора. В условия развития информационного общества традиционная идентичность академического ученого становится менее четкой или размытой. Академический ученый обретает идентичность в результате получения университетского образования

и признания собственных достижений в некоторой узкой области знания академическим сообществом. [1]. Под влиянием изменений в информационной и социокультурной среде идентичность и формы репрезентации ученого трансформируется, становясь структурно более сложными.

Включение институционального Другого наравне с профессиональным адресатом изменяет практики саморепрезентации ученых, что приводит к формированию новой академической идентичности ученого. Она неизбежно становится гибридной. Гибридную идентичность требует особого рода интеллектуальной и аналитической мобильности, предприимчивости, умения интегрироваться в изменяющиеся реалии, использовать новейшие средства и технологии для работы с большими массивами данных и гибридными аудиториями.

Современный публичный ученый предстает не столько обладателем специализированных знаний, сколько человеком, способным эти знания осмыслить и представлять так или иначе - в виде академического исследования или популярного повествования. [2]. Он должен сочетать в себе качества интеллектуала, ученого и популяризатора, поддерживать коммуникации и в узкой профессиональном сообществе, и в междисциплинарном пространстве, и во внеакадемической среде.

Литература

1. Соколов М.М. Несколько замечаний о девальвации учёных степеней: экономико-социологический анализ динамики символов академического статуса // Экономическая социология. Т. 10. № 4. Сентябрь 2009. С. 14-30
2. Швец А. Разгулина Л. «Публичность» знания как вызов и возможности // Независимый филологический журнал. 2017. 4. <http://magazines.russ.ru/nlo/2017/4> (Дата обращения: 19.10.2018)

УДК 316, ББК 60.521

А.А. Ефанов  
Aleksandr Yefanov  
yefanoff\_91@mail.ru

### **Попытка деконструкции проблемы игромании в медиапространстве Attempting to deconstruct gambling problem in the media space**

*Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»  
National Research University "Higher School of Economics"*

В центре внимания – попытка деконструкции проблемы игромании в медиапространстве. Рассматриваются основные причины и последствия данного явления.

Ключевые слова: игромания, социальная проблема, моральная паника, медиапространство.

The focus is on the attempt to deconstruct gambling problem in the media space. The main causes and consequences of this phenomenon are considered.

Keywords: gambling, social problem, moral panic, media space.

2018 год ознаменовал собой очередной этап фокусирования внимания на проблеме игромании. Вслед за моральной паникой 2017 года, связанной с воздействием «групп смерти» на школьников [3], медиаконтролеры обратились к явлению, которое вряд ли можно назвать новым. Истоки деконструкции проблемы

игромании в медиапространстве можно обнаружить еще двадцать лет назад – с момента активного распространения компьютерных видеоигр на Западе.

Так, в середине 1990-х годов Америку повергли в шок чудовищные преступления тинэйджеров, якобы больных игроманией. Общественные активисты утверждали, что подобные увлечения подростков провоцируют жестокость, бесконтрольную агрессию и вызывают сильнейшее привыкание. Стрельба в американских средних учебных заведениях, особенно трагические события в колумбийской школе в 1999 году, породили моральную панику, сопровождавшуюся выступлениями первых лиц государства, в том числе Президента Б. Клинтона, и обернувшуюся не только аффективной реакцией со стороны родителей, боявшихся за судьбу своих детей, но и большими экономическими последствиями [2]. После этого в учебные заведения стали массово закупать камеры видеонаблюдения и приобретать специальные фотобейджи для каждого школьника. Однако впоследствии оказалось, что связь между компьютерными играми и необузданной агрессией школьников минимальна, преступлений среди взрослых ничуть не меньше, чем среди подростков, а, согласно официальной статистике, «людей, к примеру, пораженных ударом молнии, в три раза больше, чем убитых в школе» [4, р. 192].

Несмотря на активное распространение подобной моральной паники на Западе, для российского общества 1990-х годов данное явление не было характерно (данную закономерность можно обосновать, с одной стороны, сравнительным отставанием проникновения информационных технологий в повседневность, с другой, – более низким уровнем жизни, что являлось во многом взаимообусловленным). Однако в июне 2018 года федеральные телеканалы обратили пристальное внимание на проблему. Ссылаясь на Всемирную организацию здравоохранения, выходили сюжеты со следующими хедлайнами: «В медицине может появиться новый диагноз – зависимость от компьютерных игр» (Первый канал); «ВОЗ признала игроманию болезнью» («Россия 1») и др. Используя мнения экспертов, журналисты утверждали: «Об игромании долго спорили, но в итоге признали: чрезмерное увлечение виртуальной реальностью – не безобидное развлечение, а нарушение психики. Критерий тут простой: если видеоигра для человека уже не просто разовый способ снять стресс, а он уделяет этому все больше времени в течение года, теряя интерес к окружающему миру, значит, пора лечиться» [1].

Между тем, попытка деконструкции проблемы игромании в медиапространстве оказалась во многом безуспешной. Подобная картина объясняется, прежде всего, тривиальностью формы и содержания самих сообщений медиаконтролеров. Материалы журналистов изобиловали широко известными фактами, которые были актуальны в 1990-е годы (когда они несли некую новизну). Кроме того, в сюжетах отсутствовали истории о реальных жертвах игромании, посредством которых можно было потенциально привлечь внимание аудитории. В этой связи явление стремительно вышло из медиа-повестки.

Литература:

1. В медицине может появиться новый диагноз – зависимость от компьютерных игр // Первый канал. 2018. URL: [https://www.1tv.ru/news/2018-06-19/347353-v\\_medicine\\_mozhet\\_poyavitsya\\_novyy\\_diagnoz\\_zavisimost\\_ot\\_kompyuternyh\\_igr](https://www.1tv.ru/news/2018-06-19/347353-v_medicine_mozhet_poyavitsya_novyy_diagnoz_zavisimost_ot_kompyuternyh_igr) (дата обращения: 19.10.2018).
2. Ефанов А.А. Социально-психологические последствия медиавоздействия: Монография. Оренбург: Издательско-полиграфический комплекс ОГУ, 2018. 219 с.
3. Ефанов А.А. Трансформация моральных паник в условиях модернизации информационного общества // Вестник Тюменского государственного университета. Социально-экономические и правовые исследования. 2017. Т. 3. № 2. С. 66-75.
4. Killingbeck D. The Role of Television News in the Construction of School Violence as «a Moral Panic» // Journal of Criminal Justice and Popular Culture, 2001. № 8 (3). P. 186-202.

УДК 316.42, ББК 60.521.2 И 75

А.Д. Иоселиани  
Aza Ioseliani  
aza-i@yandex.ru

## **Человек как субъект интернет-коммуникации Man as a subject of Internet communication**

*Финансовый университет при Правительстве РФ.  
Financial University under the Government of the Russian Federation*

В статье раскрывается коммуникативная сущность человека в глобальном обществе, анализируются формы социальной адаптации личности к информационной реальности, и показывается, что важнейшим источником и продуктом этой адаптации являются жизненные ценности и идеалы человека.

Ключевые слова: глобализация, коммуникативная интеракция, социальный контекст, «информационный субъект», информационное общество, глобальная сеть Интернет.

The article explores the communicative essence of a Global society person, analyses the forms of a person's social adaptation to the informational reality, and shows that a person's life values and ideals are the major sources and products of this adaptation.

Key words: globalization, communicational Interaction, Social Context, «information subject», information-oriented society, the Internet.

Формирование глобального информационного общества и внедрение *Internet* в каждодневную жизнь человека повлекло за собой глубокие изменения в бытии человека а, главное, в самом человеке – *субъекте*, действующем в радикально новых условиях жизни и коммуникации [1]. Эти изменения настолько существенные, что можно говорить о рождении качественно другого, нового субъекта деятельности. Это, по сути, есть проблема самосознания человека в информационной реальности.

Деятельность человека в глобальном информационном социуме имеет классическую структуру, имеющую преемственный характер. Она состоит из цепочки *потребностей – мотивов – цели – условий достижения цели* с одной стороны, и, с другой, соотносимые с ними: *деятельность – действия – операции*. Такая классическая структура деятельности человека в глобальном информационном обществе приобретает качественно новые значения. Первая цепочка структуры составляет содержание деятельности человека, а вторая - ее реализацию. В

совокупности эти два пласта составляют психологическую суть деятельности, направленной на удовлетворение потребности людей в коммуникации.

В типологии коммуникации наиболее часто встречаются следующие виды диалога: фатический, информационный, дискуссионный и исповедальный.

Фатический тип коммуникации – это обмен речевыми высказываниями для поддержания диалога, разговора. В некоторых культурах фатическое общение имеет характер ритуала, так как создает человеку ощущение сопричастности к собеседнику.

Информационный диалог – это обмен информацией различного характера. Информативная коммуникация чаще всего не требует ответных действий со стороны того, кому она предназначена, и поэтому носит рекомендательный характер. Например, обмен информацией на блогах и форумах в *Интернете*.

Дискуссионный тип коммуникации отражает столкновение точек зрения, различие в интерпретации тех или иных явлений, фактов, событий и т.п. Участники дискуссии, воздействуя друг на друга, убеждают друг друга и стремятся достичь желаемого результата. Дискуссионный диалог сопутствует человеческому общению во всех сферах жизнедеятельности.

И, наконец, исповедального тип диалога есть доверительное общение, когда человек стремится выразить и разделить с другим свои глубокие чувства и переживания.

Новая техническая и социальная среда и внедрение новых технологий формирует новые социальные реалии и нового человека.

Философы, социологи, исследователи современного общества сегодня говорят об обществе СМИ как о свершившемся факте, что следует трактовать как реакцию на то, что действительно произошел прорыв в цифровых носителях информации, революционный эффект. Это явление можно отнести к первому этапу революционных перемен.

Второй же этап – это уровень изменившейся коммуникации. Речь идет не только о доступе к электронной информации, знаниям и об электронном пространстве, здесь речь идет, прежде всего, о создании информационной сети и инновационного типа культурного общения. Этот вид инновационного общения может быть назван культурной техникой на основе электронных средств информации. А это уже совершенно другая интерактивная парадигма коммуникации.

В современном мире Интернет выполняет функцию не только источника информации в тера-, пэта- и экзобайтах, но и превращается в уникальное средство профессионального, научного общения, а также в средство создания сообщества, сущность которого достаточно адекватно отражает синтетическое выражение «медийный тип сообщества».

Человек двадцать первого века уже не в состоянии поддерживать жизнь, не ставя между собой и природой технические средства. Как говорит Ясперс, «Судьба человека зависит от того способа, каким он подчинит себе последствия технического прогресса, ... как человек, подчинившийся технике, станет господствовать над ней» [2, с.221].

#### Литература

1. *Иоселиани А.Д.* Антропология техногенного мира - Пермь, 2018. – 260 с.
2. *Ясперс К.* Смысл и назначение истории. –М. Республика. 1994. – 528 с.

УДК 316.77, ББК 60.56

Е.С. Косарская  
Elena Kosarskaya  
lennusya@yandex.ru

### **Социальные сети как форма коммуникации современного человека Social networks as a form of communication of modern man**

*ФГБОУ ВПО Тверской государственный технический университет  
Tver State Technical University*

Рассмотрена природа социальных сетей и вариативность их форм. Представлены различные типы социальных сетей как отражение многообразия форм жизнедеятельности и коммуникации современного человека.

Ключевые слова: коммуникация, социальная сеть, типология, типы социальных сетей.

The nature of social networks and variety of their forms. We present different types of social networks which reflect the diversity of forms of life and the communication of modern man.

Keywords: communication, social network typology, types of social networks.

С возникновением и развитием в истории человечества качественно новых типов коммуникаций в научных кругах возник вопрос о необходимости переосмысления природы социокультурной реальности, ее сетевого характера. Данному вопросу посвящена не одна сотня работ, где ключевым понятием выступает «социальная сеть», о которой говорят в двух аспектах – как о социально-культурном феномене и интернет-сервисе. В связи с этим, под социальной сетью понимают: 1) социальную структуру, состоящую из группы узлов, которыми являются социальные объекты, и связей между ними; 2) онлайн-сервис или веб-сайт, предназначенные для построения, отражения и организации социальных взаимоотношений; программный сервис, площадку для взаимодействия людей в группе или в группах [1].

Независимо от того, о какой сети идет речь – реальной или виртуальной – исследователи выделяют следующие отличительные черты: горизонтальная организация, полицентричность, равноправие членов, высокая адаптивность, способность к самоорганизации и саморегуляции, гибкость, подвижность и мобильность, высокий уровень доверия между участниками, многоцентровость, целостность и др. При этом отмечается, что если раньше сетевые социальные связи можно было представить в ключе евклидовой геометрии как сегментированные структуры и иерархии, то сегодня они представляют собой сложные многомерные кривые неевклидовой геометрии, способные иметь разные измерения, пересекаться по разным траекториям, реконструироваться по разным параметрам.

К настоящему моменту выделяют различные типы социальных сетей, базирующихся на определенных критериях. Основные из них: 1) «Доступность»: открытые (общедоступные), закрытые (специальные), смешанные. 2) «Распространенность»: локальные, национальные, интернациональные,

транснациональные, глобальные. 3) «Механизм взаимодействия»: сети-связи (Интернет, мобильная связь), сети обмена (сетевой маркетинг), информационные сети (телевизионные сети). 4) «Управление»: сети, инициированные внешними событиями и развивающиеся под влиянием внешних событий; сети, инициированные внутренним ядром – «основателями» и развивающиеся в силу внутренних императивов; сети, инициированные доступом к определенному коммуникационному каналу и развивающиеся по мере развития этого канала [2]. 5) «Плотность»: плотные (тождественные своему ядру) и неплотные. 6) «Деятельность»: научно-профессиональные; развлекательно-досуговые; гражданско-политические. 7) «Организация»: контактные; массово-контактные. 8) «Ориентированность»: профильные; непрофильные; социально пассивные; социальные опасные. 9) «Тональность интеракций»: толерантные; интолерантные. 10) «Дискурсивность»: монолингвистические; полилингвистические. 11) «Тематизация»: научные, деловые, образовательные, досуговые. 12) «Поле вещания»: широковещательные, транзакционные, групповые. 13) «Способ общения»: реальные, виртуальные («А-сети», «В-сети», «С-сети», «D-сети») [3, с. 102].

На сегодняшний день социальные сети пронизывают все сферы жизнедеятельности современного человека, выступая отражением многообразия форм его коммуникации и фазы социокультурного развития общества. Исходя из этого, они являются сложным и неоднозначным объектом для изучения, требующим междисциплинарного подхода.

Литература

1. Красильников В.В., Тоискин В.С. Философско-социологические концепции социальных сетей [электронный ресурс] // Научный электронный архив. URL: <http://econf.rae.ru/pdf/2012/10/1632.pdf>.
2. Семенов Н. Все о социальных сетях. Влияние на человека [электронный ресурс] // Бизнес в сети. URL: <http://secl.com.ua/article-vse-o-socialnyh-setjah-vlijanije-na-cheloveka.html>.
3. Никитина Е.А., Строганов А.В., Рыкова Г.М., Елифанова Г.С. Новые формы взаимодействия технаучки и общества // Вестник Российского философского общества. 2015. № 2. С. 128-139.

УДК 311.214, ББК 60.6

Д.В. Маслов  
Dmitry Maslov  
maslov.d.99@yandex.ru

### **Классификация пранков Pranks classification**

*Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого  
Saint Petersburg Polytechnic University*

В данной статье на основе исследованного материала в количестве 2000 видеороликов социальной сети Youtube была получена классификация пранков по следующим признакам: массовости (количества людей вовлеченных в пранк), характер воздействия на цель пранка, тип воздействия жертву, а также роль исполнителя пранка. Данная призвана внести вклад в изучение пранков, как вида взаимодействия между людьми, а также позволить систематизировать их.

Ключевые слова: пранк, классификация пранков, воздействие пранка, розыгрыш, шутка, прикол, типы пранков.

It has been studied 2000 videos from Youtube for the preparation of article. This publication deals with the classification of pranks based on different criteria: mass, the effect on the target, the nature of the impact, the performer of the prank. The present research is intended to contribute to the study of pranks as a form of interaction between people, as well as to allow them to be systematized.

Keywords: prank, pranks classification, the impact of prank, a hoax, a joke, types of pranks.

*Введение.* Развитие информационно-коммуникативных технологий позволило практически каждому предъявить людям собственные мысли, изображения или видео. Современный мир не мыслим без технологий, именно они диктуют векторы развития социальных процессов [1, с. 64]. Л.И. Евсева, В.В. Евсеев отмечают, что происходит расширение возможности самовыражения [2, с.22] Однако, по мнению Д.С. Быльевой, анонимность в сети интернет уменьшает ответственность за способы самовыражения [3, с. 126]. Более того исследователи утверждают, что информационно-коммуникативные технологии трансформируют личность, препятствуя адекватному поведению и критическому восприятию информационных потоков [4, с.59].

В области популярных видео на Youtube появился новый спорный жанр пранк. Разновидностей пранков существует огромное количество. Пранк (от англ. prank — проказа, выходка, шалость; шутка) — хулиганство, розыгрыш [5, с.8]. Такой обман, добрый или не очень, такой же древний, как и сама ложь, то есть существует с начала человеческой истории. В ходе подготовки статьи было проведено исследование, было рассмотрено 2000 пранков с помощью сайта Youtube. В данной социальной сети присутствуют целые каналы, посвящённые розыгрышам: Yousef Saleh Erakat считается одним из популярнейших пранкеров с YouTube. Его подписчики знают его как FouseyTube; Matteo Moroni — обычный итальянский парень, который создал популярный видеоканал DM Pranks; Roman Bernard Atwood безумный пранкер, посвятивший этому половину своей осознанной жизни.

Среди них отдельно можно выделить канал «Rakamakafo», его создатели видео-блоггеры с YouTube Николай Соболев и Гурам Нармания. Каналу уже 4 года, молодые люди снимают пранки и видеоролики в тематике «социальный эксперимент», как например «Человеку стало плохо: реакция прохожих в Америке и России».

*Целью данной статьи* является определение, того что есть пранк, а также их классификация по различным критериям.

За что люди любят пранки? Как у исполнителя, так и у наблюдающего со стороны, зрителя Youtube например, они вызывают смех [6]. Но почему, неужели люди просто настолько жестоки, что испытывают наслаждение видя людские страдания? Нет, это не совсем так, всё дело в человеческой природе, в назначении самого смеха. Смех присущ всем людям от рождения, не как психическая, а как физиологическая особенность [7, с.24].

Подготовка пранка, особенно сложного, многоэтапного, может быть очень серьёзной задачей. Возможно для выполнения розыгрыша придется прятаться,

красться и проявлять ловкость и скорость, то есть у пранкера проявляется настоящий спортивный азарт.

Итак, исходя из вышесказанного, можно увидеть, что пранк вполне объясняется смехом, возбуждением, радостью, которые пранкер получает после выполнения розыгрыша.

Рассмотренная сторона исполнителя для нас ясна. Что же касается жертвы пранка, эта сторона является весьма непривлекательной. В случаи опасности жертва может рефлекторно начать обороняться, что может обернуться травмами как для исполнителя, так и для жертвы, и речь идёт не только о физических, но и о психологических травмах. Существуют видео, в которых розыгрыши оканчиваются гибелью людей. Пример: женщина заходит домой, раскладывает сумки с продуктами, не подозревая, что за углом в страшной маске спрятался её друг; только женщина разворачивается, парень в маске выскакивает и начинает орать, женщина приходит в ужас, выбегает из дома на проезжую часть и её сбивает машина.

Рассмотрим самые масштабные пранки в мире. Их можно выделить из числа других по массовости, по числу людей, ставших жертвами пранка. Все они относятся к третьему типу критерия массовости, коими являются:

1. Частный пранк – жертва один или два человека.
2. Групповой (Коллективный) пранк – жертвами становится группа людей до ста человек.
3. Региональный пранк – от ста до тысячи жертв
4. Глобальный пранк – более тысячи жертв.

Все четыре примера будут относиться к четвертому типу, жертвам данных розыгрышей стали десятки и сотни тысяч человек.

1. 1 апреля 1978 года жители австралийского Сиднея с удивлением обнаружили гигантский айсберг, плавающий прямо в городской гавани. За несколько дней до розыгрыша местный предприниматель Дик Смит объявил, что айсберг был доставлен прямо из Антарктиды. Публика была взбудоражена, а представители австралийского военно-морского флота даже предложили Смиту помощь в швартовке. Шумиха продолжалась до тех пор, пока не пошел дождь и не смыл пожарную пену с листов из белого пластика, из которых на самом деле состоял «айсберг» [8].

2. 1 апреля 1996 года американская компания фастфуда Тасо Bell ошарашила американцев необычной рекламой. В крупнейших новостных изданиях страны появилось сообщение о том, что компания купила один из символов независимости Америки — колокол Свободы (Liberty Bell), который будет выставлен в штаб-квартире Тасо Bell в Ирвине, Калифорния. Несмотря на шквал возмущенных звонков (в том числе от помощников двух американских сенаторов), компания добилась своего банальным розыгрышем — ее продажи существенно выросли. [9].

3. Во время проведения межвузовского чемпионата по регби в 1961 году студенты Калифорнийского технологического института (в США его принято сокращенно называть Caltech) подменили карточки-инструкции болельщиков команды из Вашингтона. В результате вместо того, чтобы поддержать свой вуз,

вашигтонцы выложили над своими головами на трибунах огромное слово Caltech. [10].

4. 1 апреля 1962 года шведский телеканал СВТ разыграл зрителей. «Технический эксперт» Кьелл Стенссон объяснил с помощью научных терминов, что, если протянуть пару нейлоновых чулок над телевизором, свет будет фильтроваться таким образом, что позволит зрителям увидеть трансляцию в цвете. Чтобы «цветопередача была лучше», Стенссон рекомендовал зрителям также двигать головой из стороны в сторону при просмотре ТВ. [11].

Далее будет представлена классификация пранков по различным параметрам с примером и долей от исследованного количества.

Итак, после изучения пранков можно разделить их на три типа по воздействию на «жертву» пранка:

1. Испуг – излюбленный розыгрыш – напугать жертву любым доступным способом: подсунуть какое-то вредное насекомое, неожиданные громкие звуки и т.д. 64% (1280/2000), например, Парень остался ночевать у друга, не подозревая, что у него имеется дьявольская механическая кукла в пол человеческого роста, которая чуть-ли не до слёз перепугала парня, который уже ложился спать [Y.1].

2. Стыд – любой розыгрыш, влекущий за собой «изменение физического состояния человека»: испачкать, испортить одежду, написать какую-нибудь гадость на спине и т.д. 19% (384/2000). С помощью двойного скотча на друга приклеивался большой кусок туалетной бумаги, который красиво развивался за ним о чём не подозревающей жертвой, и вызывал у окружающих много вопросов, а ещё больше смеха [Y.2].

3. Боль – наиболее жестокий, но не менее популярный вид розыгрыша, как можно догадаться по названию доставляющий «жертве» пранка страдания, ну а исполнителю радость. 17% (336/2000) Девушка не подозревала, что мажет свои волосы не гелем для укладки, а суперклеем, теперь отделаться от расчески будет большой проблемой [Y.3].

Следующий критерий по характеру воздействия:

1. Звуковое воздействие 16%(314/2000)

Прохожие не могут пройти мимо лежащего на асфальте бесхозного мобильного телефона, но за это им оплатит прячущийся в засаде пранкер с клаксоном. [Y.4].

2. Визуальное воздействие 75% (1507/2000)

В офисе вместо окна был установлен экран, на котором показывалось как на город за окном падает метеорит, для жертв розыгрыша это было самое страшное собеседование в жизни [Y.5].

3. Тактильное воздействие 9% (179/2000)

Девушка сидела и читала книгу пока ей на спину не спустился огромный паук, который был просто игрушкой, подвешенной на ниточке, но эффект был самый настоящий [Y.6].

Третий критерий «Исполнитель»:

1. Человек - когда исполнитель сам участвует в проведении розыгрыша. 87%(1734)

2. Техника - когда исполнитель находится в засаде, а пранк исполняет техника или механизмы. 13% (266/2000)

Вывод: как показывают цифры, пранкеры любят принимать участие в своих розыгрышах, ещё бы, нет ничего желаннее для пранкера, чем полностью прочувствовать реакцию жертвы, тем более пранки с использованием техники всегда более сложны и требуют определенных приготовлений.

Конечно пранки очень редко можно отнести лишь к одному типу, зачастую в нём присутствует их «смесь», что делает его интереснее и красочнее.

Пример, каким образом можно использовать предложенные критерии для классификации.

Курьер приносит пиццу, заходит в открытую квартиру и ожидает, когда ему заплатят. Рядом со входом стоит картина – портрет женщины, который на самом деле является экраном, через несколько секунд женщина преображается в чудовище и под ужасный крик из колонок пытается напасть на курьера, бедняга так перепугался, что бросил пиццу на пол и убежал [У.7].

- Исполнитель: техника (экран и колонки)
- Массовость: частный
- Характер воздействия: визуально-звуковой
- Тип воздействия: Страх, или даже ужас

Как уже было сказано, смех и положительные эмоции – основная задача розыгрыша.

*В результате* проведенного исследования была получена классификация пранков по основным параметрам, предложено четыре признака классификации: исполнитель пранка, массовость, характер воздействия на жертву пранка, тип воздействия жертву пранка – позволяющие как систематизировать их, так и совершать розыгрыши по уже заданным признакам.

На основе полученной статистики по каждому параметру. мы можем сделать вывод, что наиболее востребованными являются пранки типа *визуального восприятия* (75%) при участии *человека* (87%), это является важным шагом в изучении пранков и пранкеров.

Литература

7. Быльева Д.С. Информационно-коммуникативные технологии и религия: от коммуникации к виртуализации // Научно-технические ведомости СПбГПУ. Гуманитарные и общественные науки. 2018. Т. 9, № 1. С. 63-71. Б01: 10.18721/ZHSS.9107
8. Евсеева Л.И., Евсеев В. В. Проблема социальной адаптации человека в новых коммуникативных средах // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Гуманитарные и общественные науки. 2017. Т. 8. № 2. С. 20–30. DOI: 10.18721/JHSS.8202
9. Быльева Д.С. Сеть Интернет как новый тип пространства// Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского Государственного Политехнического Университета. 2016. №2. 124-130.

10. Шипунова О .Д., Березовская И .П., Гашкова Е .М. Условия формирования личности в контексте киберантропологии // Научно-технические ведомости СПбГПУ. Гуманитарные и общественные науки. 2017. Т. 8, № 3. С. 57–64. DOI : 10.18721/JHSS .8306
11. Ануфриева Н. А. «Видеоблогинг как источник заимствованной лексики в современном русском языке» // Государственное автономное учреждение дополнительного профессионального образования "Саратовский областной институт развития образования" 2016. С. 8-10. (25.05.18: 10.08.2016)
12. Телефонные пранки Режим доступа: <https://humor.exxtro.ru/anecdote/mobilnyetelefony/65762> (дата обращения 1.06.2018)
13. Сычев А. А. Смех как социокультурный феномен: ав-тореф. дис. ... д-ра филос. наук. Саранск, 2004.
14. 30 самых известных розыгрышей в истории человечества Режим доступа: <https://lifehacker.ru/30-rozygryshej/> (дата обращения 28.05.18)
15. 10 лучших розыгрышей. Режим доступа: <https://www.9111.ru/user-3597242/topics> (дата обращения 15.06.2018)
16. 11 величайших розыгрышей всех времен. Режим доступа: <https://interesnosti.com/723665470292756735/11-velichajshih> (дата обращения 26.06.2018)
17. 10 величайших розыгрышей в мире. Режим доступа: <https://bigpicture.ru/?p=6898622015> (дата обращения 28.05.18)

Видеоролики Youtube:

[Y.1]. <https://youtu.be/6vugoGEcY7A>

[Y.2]. <https://youtu.be/YGtEkKFvag8>

[Y.3]. <https://youtu.be/iCBjctSM404>

[Y.4]. <https://youtu.be/WAQbdCTW01A>

[Y.5]. <https://youtu.be/ynvKWYvyCqw>

[Y.6]. <https://youtu.be/X4UxmSB0c6s>

[Y.7]. <https://youtu.be/FsIXuShbTvw>

УДК 159.99, ББК 88.54

И.П. Березовская, С.И. Кедич, К.А. Малоземлина  
 Irina Berezovskaya, Svetlana Kedich, Ksenia Malozemlina  
 ipberezovskaya@mail.ru  
 kedichsi@inbox.ru  
 xenia2403@mail.ru

## **Эмоциональный интеллект как возрастной фактор Emotional intelligence as an age factor**

*Петербургский государственный университет путей сообщения Императора Александра I  
 Petersburg State University of Railway Transport of the Emperor Alexander I*

В статье поднимается проблема определения возрастных параметров подросткового кризиса. Одним из критериев взрослости выступает развитие эмоционального интеллекта. Авторами проведено исследование развития эмоционального интеллекта школьников в возрасте 16 лет и студентов в возрасте 19 лет.

Ключевые слова: возрастной кризис, подростковый кризис, эмоциональный интеллект

The article raises the problem of determining the age parameters of the adolescent crisis. One of the criteria of adulthood is emotional intelligence. The author conducted a study of emotional intelligence of students aged 16 years and students aged 19 years.

Keywords: age crisis, adolescent crisis, emotional intelligence

С момента возникновения научной психологии проблема кризиса развития личности является одной из наиболее актуальных и дискуссионных тем как в теоретической, так и в практической психологии. Несмотря на то, что исследований

по этой теме немало, и они продолжают создаваться, до настоящего момента в психологии не сформирована единая точка зрения относительно природы кризиса и его периодизаций, существуют и сомнения в том, что кризис развития личности как таковой имеет место. Тем не менее представление о кризисном развитии личности прочно вошло уже и в обыденное сознание, в котором те или иные личностные проблемы или проблемы воспитания связываются с кризисом, как неким переломным этапом. Одним из таких кризисов назван кризис подросткового возраста. Выделяются такие особенности подросткового возраста как повышенная конфликтность, тревожность, зависимость от сверстников, озабоченность вопросами пола, поиск своего «образа Я», чувство взрослости, рефлексия и др.). Такие исследователи как Д.Б. Эльконин [12], Т.В. Драгунова [4] считают подростковый кризис трудным, способствующем возникновению острой эмоциональной нестабильности. Вопрос о возрастных границах и содержании подросткового и юношеского возраста до сих пор не решен. Л.И. Божович [2] выделяет две фазы подросткового возраста: 12-15 лет и 15-17 лет. Д.И. Фельдштейн [8,9,10] весь подростковый период делит на три периода: «локально-капризный» (10-11 лет), «правозначимый» (12-13 лет), «утверждающе-действенный» (14-15 лет) и выделяет кризис 17 лет - переход к социальной позиции «Я и общество», направленной на усвоение норм человеческих взаимоотношений. Л.И. Бершедова [1] выделяет возраст 15-18 лет как кризис юношеского возраста. В отечественной психологии кризис 17 лет определяется как кризис отношений «ребёнок-взрослый» (Д.Б. Эльконин), кризис индивидуализации (В.И. Слободчиков), период завершения процесса социализации (И.С. Кон), эпоха интеграции (А.В. Петровский ).

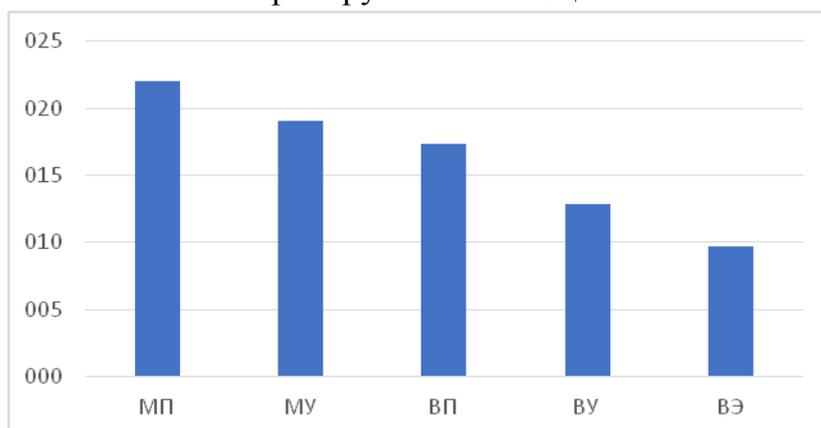
Современные исследования в нейронауках [см. 11] свидетельствуют, что когнитивное развитие молодого человека продолжается и в поздний подростковый период, а его эмоциональная зрелость, самооценка и способность к суждениям не могут быть достигнуты, пока полностью не сформируется префронтальная кора головного мозга. Детский психолог Лаверн Антробус из лондонской клиники Tavistock указывает, что изменения гормональной активности тоже происходят гораздо позже, что процесс обработки информации [см.7] у подростков значительно отличается от того же самого процесса у взрослых, поэтому в юношеском возрасте и проявляются неожиданные (для старших) реакции на то или иное событие.

Таким образом, определение возрастных границ подросткового кризиса остается дискуссионной темой и указывает на актуальность исследований, связанных с проблемой определения кризиса подросткового возраста и возможных путей решения этой проблемы. Исследование на выявление уровня развития эмоционального интеллекта было предпринято как раз в русле данной проблемы.

Успешность взаимодействия личности с другими людьми во многом зависит от эмоционального интеллекта, он - индикатор взрослости, своего рода, показывает, насколько индивид готов решению нестандартных, экстренных ситуаций, какой способ решения он выберет: конструктивный или нет. Проблема эмоционального интеллекта рассматривается в работах Р. Бар - Она, П. Сэловея, Дж. Майера,

Д.Гоулмена, Д. Халперна, Х. Вайсбаха, У. Дакса, Л.С. Выготского, И.Н. Андреевой, В.Д. Люсина, И.И. Ветровой, Ю.В. Давыдовой, Ю.В. Дружининой, Р. Стренберга, Л.Н. Вахрушевой, Е.С. Синельниковой, и других. Эмоциональный интеллект определяется П. Сэловеем и Дж. Майером [3] как –группа ментальных способностей, которые способствуют осознанию и пониманию собственных эмоций и эмоций окружающих. Этими же учеными была разработана первая в научной психологии модель эмоционального интеллекта. Это сложный конструкт, состоящий из способностей трех типов: 1. Идентификация и выражение эмоций 2. Регуляция эмоций 3. Использование эмоциональной информации в мышлении и деятельности. Компоненты эмоционального интеллекта имеют двустороннюю направленность: на себя и на окружающих. Один из трех компонентов находится в тесной взаимосвязи эмоций с мышлением и деятельностью, включает в себя гибкое планирование, компоненты творческого мышления, перенаправленного внимания и мотивацию. Р. Бар – Он [5 ] определяет эмоциональный интеллект как все некогнитивные способности, знания и компетентность, дающие человеку возможность успешно справляться с различными жизненными ситуациями. Он впервые употребил термин «эмоциональный коэффициент» [6]. Эмоциональный интеллект формируется у человека в возрасте 15-16 лет, однако ее отдельные компоненты могут возникать и ранее [6]. В связи с этим нами была поставлена задача определения различий в формировании эмоционального интеллекта у школьников и студентов, наличие которых может подтвердить или опровергнуть предположение о «продлении» сроков подросткового возраста. Выборка исследования представлена школьниками и студентами Петербургского государственного университета путей сообщения Императора Александра I разных направлений подготовки в количестве 83 человек, из них 22 школьника в возрасте 16 лет и 61 студент в возрасте 19 лет. Исследование проводилось с помощью опросника эмоционального интеллекта «ЭМИн» (Д.В.Люсин).

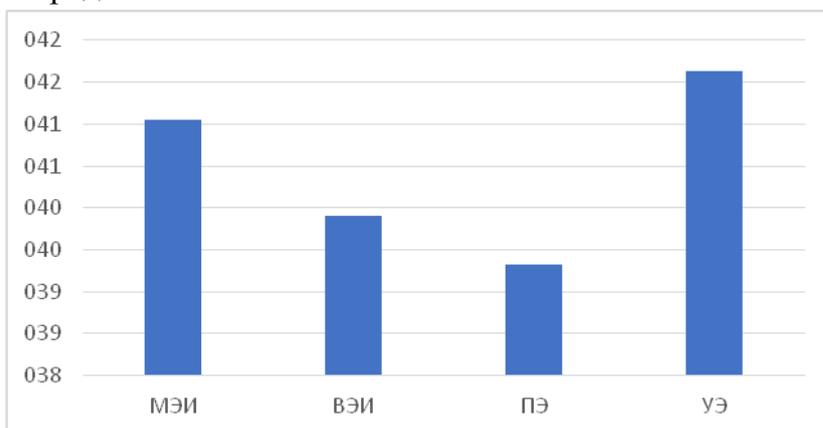
У школьников по тесту эмоционального интеллекта Люсина самые низкие оказались показатели по шкалам управление своими эмоциями (ВУ) и контроль экспрессии (ВЭ). Шкалы, относящиеся к пониманию своих эмоций и управлению чужих, имеют значение чуть ниже среднего. Это может говорить о том, что школьники плохо контролируют свои эмоции и не в состоянии понять чужие.



### Рисунок 1 – характеристика эмоционального интеллекта у школьников по субшкалам

Примечание: МП - понимание чужих эмоций; МУ - управление чужими эмоциями; ВП – понимание своих эмоций; ВУ – управление своими эмоциями; ВЭ – контроль экспрессии.

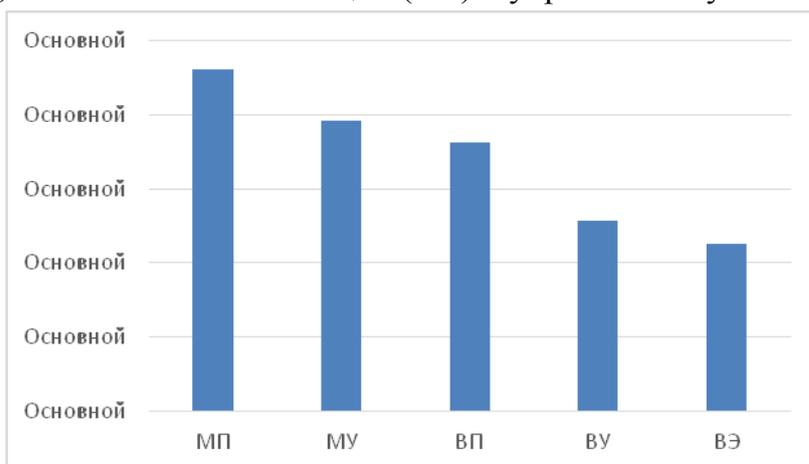
Такие шкалы как межличностный эмоциональный интеллект (МЭИ), внутренний эмоциональный интеллект (ВЭИ), понимание эмоций (ПЭ) и управление ими (УЭ) имеют среднее значение.



### Рисунок 2 – характеристика эмоционального интеллекта у школьников по шкалам

Примечание: МЭИ – межличностный эмоциональный интеллект; ВЭИ - внутриличностный эмоциональный интеллект; ПЭ – понимание эмоций; УЭ – управление эмоциями.

У студентов показатели эмоционального интеллекта не намного выше, чем у школьников. Самыми низкими оказались показатели по тем же шкалам, что и у школьников, а именно: управление своими эмоциями (ВУ) и контроль экспрессии (ВЭ), понимание своих эмоций (ВП) и управление чужими эмоциями (МУ).



### Рисунок 3– характеристика эмоционального интеллекта у студентов по субшкалам

Примечание: МП - понимание чужих эмоций; МУ - управление чужими эмоциями; ВП – понимание своих эмоций; ВУ – управление своими эмоциями; ВЭ – контроль экспрессии.

У студентов, как и у школьников, плохо развит внутриличностный эмоциональный интеллект: они не на много лучше понимают свои эмоции и могут контролировать экспрессию. Поэтому, такие шкалы как межличностный эмоциональный интеллект (МЭИ), внутренний эмоциональный интеллект (ВЭИ), понимание эмоций (ПЭ) и управление ими (УЭ) также имеют среднее значение. Таким образом, мы можем сделать вывод, что уровень эмоционального интеллекта студентов не сильно отличается от эмоционального интеллекта школьников. Выводом из данного положения может быть предположение о том, что кризис подросткового возраста не закончен к 19 лет, поэтому имеет смысл в организации педагогической и психотерапевтической практики отнестись более внимательно к замечаниях канадского психолога о продлении подросткового возраста.

Литература:

1. Бершедова Л.И. Психологическая готовность к переходу на новый этап возрастного развития как личностное новообразование критических периодов: автореферат дис.... доктора психологических наук. М. 1999
2. Божович Л. И. Проблемы формирования личности: Избр. психол. тр. / Под ред. Д.И. Фельдштейна ; Рос. акад. образования, Моск. психол.-соц. ин-т. - 3-е изд. - М. : МПСИ ; Воронеж : МОДЭК, 2001. - 349 с. - (Психологи Отечества : избр. психол. тр.: В 70 т.). - Библиогр.: с. 342-348.
3. Давыдова, Ю. В. Особенности эмоционального интеллекта подростков / Ю.В. Давыдова // Вестник Российского университет дружбы народов. Серия: психология и педагогика. – 2007. - № 2. – С.92-100.
4. Драгунова, Т.В. О некоторых психологических особенностях подростка / Т.В. Драгунова // Вопросы психологии личности школьника / Ред. Л.И. Божович, Л.В. Благонадежина. – Москва : АПН РСФСР, 1961. – С. 120-169.
5. Рыжов, Д. М. Современные представления об эмоциональном интеллекте / Д.М. Рыжов // Вестник Чувашского государственного педагогического университета им. И.Я. Яковлева. – 2012. - № 1-2. – С.142-147.
6. Сологуб, Е.В. Эмоциональный интеллект подростков: современное состояние проблемы / Е.В. Сологуб, – Новосибирск. : Изд-во Индивидуальный предприниматель Буравцова Наталия Владимировна. – 2014. – 295 с.
7. Шипунова О.Д., Березовская И.П., Гашкова Е.М. Условия формирования личности в контексте киберантропологии. Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Гуманитарные и общественные науки. 2017. Т. 8. № 3. С. 57-64.
8. Фельдштейн Д. И. Психология взросления : Структур.-содерж. характеристики процесса развития личности : Избр. тр. — М.: МПСИ : Флинта, 2004. — 670 с.
9. Фельдштейн Д. И. Психология воспитания подростка. — М.: Знание, 1978. — 47 с. — (Новое в жизни, науке, технике. Педагогика и психология ; № 3).
10. Фельдштейн Д. И. Психология развивающейся личности : избранные психологические труды. — М.; Воронеж: Институт практической психологии : НПО «Модек», 1996. — 512 с. — (Психологи отечества : избранные психологические труды : в 70 т. / гл. ред. Д.И. Фельдштейн).
11. Философия коммуникации. теоретико-методологические аспекты Шипунова О.Д., Клягин С.В., Кузнецов Д.И., Антонова И.Б., Березовская И.П., Гиренок Ф.И., Гранин Ю.Д., Жукова Е.Н., Калмыков А.А., Мурейко Л.В., Романенко И.Б., Романенко Ю.М., Серкова В.А., Ростова Н.Н., Осипова Е.А. Санкт-Петербург, 2017.- 272 с.
12. Эльконин Д.Б. Проблема периодизации психического развития: Тезисы Всесоюзного съезда психологов. М., 1968. Т. 1 .

**Противодействие социокультурным угрозам десоциализации личности в цифровизированном образовательном пространстве**  
**Countering socio-cultural threats to desocialization reprovisioning of personality in the educational space**

*Шахтинский автодорожный институт (филиал) ЮРГПУ(НПИ) им. М.И. Платова*  
*Road Shakhtinsky Institute (branch) SRSPU (NPI) named after M.I. Platov*

На основании концепции социокультурной безопасности, в части защищенности условий жизнедеятельности людей, связанных с образовательным пространством, необходимо противодействие социокультурным угрозам десоциализации личности. Противодействие возможно в виде эффективных и обоснованных технологий регулирования поведения личности, сохранения личной идентичности, предупреждения личностной деформации, включая регулирование и саморегулирование поведения личности в цифровизированном образовательном пространстве, в том числе в информационно-коммуникационной сети Интернет.

Ключевые слова: личность, Интернет, информационно-коммуникационные технологии, виртуальное пространство, социализация, информационное общество, цифровизация, социокультурные угрозы.

On the basis of the concept of socio-cultural security, in terms of protection of living conditions of people associated with the educational space, it is necessary to counteract the socio-cultural threats of desocialization of the individual. Counteraction is possible in the form of effective and reasonable technologies of regulation of behavior of the personality, preservation of personal identity, prevention of personal deformation, including regulation and self-regulation of behavior of the personality in the digitalized educational space, including in the information and communication Internet.

Keywords: personality, Internet, information and communication technologies, virtual space, socialization, information society, digitalization, social and cultural threats.

Процесс вовлечения человека – пассивного или активного – в процесс коммуникации в информационно-коммуникационной среде Интернет в настоящее время находится в поле внимания социологов, психологов, философов, педагогов. Данная проблематика имеет особенно для социологии перманентно актуальный характер, поскольку в современном обществе молодое поколение, вступающее в жизнь, сталкивается с новыми, изменившимися факторами существования.

Изменения этой среды, рассматриваемой сегодня как общество риска, изменяет и положение молодежи. В связи с этим возрастает необходимость исследования различных проблем получения образования в информационно-коммуникационной сети Интернет [1, 2].

Основные угрозы прогнозируемого будущего имеют разную природу, поэтому их можно объединить в несколько групп: политические, экономические, технологические, социокультурные. Эти проблемы актуализировались в связи с запуском масштабной системной программы развития экономики нового технологического поколения, так называемой цифровой экономики, включающей и цифровизацию образования.

Области образования, науки, исследований, культуры и средств массовой информации являются ключевыми областями внедрения новых цифровых достижений и сами по себе выступают в качестве важнейших факторов и

способствующих дальнейшему развитию цифровых технологий (распоряжение Правительства РФ от 28.07.2017 № 1632-р «Об утверждении программы «Цифровая экономика Российской Федерации»; распоряжение Президента РФ от 18 мая 2017 г. № 163-рп «Об утверждении плана перехода на использование отечественных геоинформационных технологий»).

Развитие информационно-коммуникационной сети Интернет, как социально-коммуникативный передачи и восприятия информации, в условиях межличностного и массового общения по разным каналам при помощи вербальных и невербальных коммуникативных средств порождает совершенно непредсказуемые проблемы, требующие постоянного мониторинга и поиска эффективных решений. В современном обществе информационно-коммуникационная сеть Интернет все больше вторгается во все сферы общественной жизни, в том числе и в образовательные процессы, которые на современном этапе развития технологий коммуникаций все больше приобретают виртуальный характер.

Как указывается в программе «Цифровая экономика Российской Федерации» - технология меняет образование. В настоящее время колледжи и университеты предлагают онлайн-курсы; онлайн-преподаватели предлагают новые методы изучения учебных материалов; школы регулярно интегрируют планшетные компьютеры и другие технологии в классные комнаты. Важным аспектом функционирования цифровой экономики и цифровизации образования является обеспечение защиты персональных данных и неприкосновенности частной жизни российских граждан в цифровом пространстве.

Особенно сейчас личность нуждается в обеспечении личной безопасности. Современный пользователь информационно-коммуникационной сети Интернет, как правило, не способен ограничивать или даже контролировать свое поведение, т.е. не владеет самыми элементарными навыками саморегуляции своего поведения в информационно-коммуникационной сети Интернет, это поведение можно определить как зависимое (аддиктивное) и бессознательное. К социальным последствиям можно отнести возможность превращения пользователей в объект манипуляции, деформацию ценностных ориентаций, безответственность и как результат - десоциализацию личности.

Отсутствие или слабость правовых и этических регуляторов поведения в информационно-коммуникационной сети Интернет повышает степень опасности для пользователей, которые входят в цифровизированное образовательное пространство. Недостаточное внимание уделяется тем социальным и коммуникативным опасностям, которые существуют, а с развитием новых технологий перманентно возрастают в цифровизированном образовательном пространстве. Нет четких рекомендаций по регулированию и подробно исследованных и разумно сформулированных правил саморегуляции поведения личности вхождении в цифровизированное образовательное пространство, в том числе и в информационно-коммуникационной сети Интернет [3].

С целью противодействия социокультурным угрозам десоциализации в цифровизированном образовательном пространстве необходимо:

- эффективное противодействие социокультурным угрозам десоциализации личности в связи с цифровизацией образовательного пространства на основании концепции социокультурной безопасности образовательного пространства;

- регулирование поведения личности, сохранение личной идентичности, предупреждение личностной деформации и десоциализации личности в цифровизированном образовательном пространстве;

- использование эффективных и обоснованных технологий саморегулирования поведения личности в цифровизированном образовательном пространстве;

- должна функционировать модель безопасного поведения личности в цифровизированном образовательном пространстве.

#### Литература

18. Чистяков, А.В. Социализация личности в информационном сетевом сообществе // Социокультурные среды и коммуникативные стратегии информационного общества: труды Международной научно-теоретической конференции; Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого. - С.-Пб., 2015. - С.293-294.
19. Чистяков А.В. Воздействие современных информационных и сетевых технологий на социализацию личности в виртуальном пространстве // Контуры будущего: технологии и инновации в культурном контексте. – С.-Пб.: Астерион, 2017. - С.177-180.
20. Чистяков А.В. Социально-коммуникативные опасности и перспективы информационно-коммуникационных технологий в виртуальном образовательном пространстве // Социокультурные среды и коммуникативные стратегии информационного общества: труды Международной научно-теоретической конференции; Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого. - С.-Пб., 2015. - С.138-140.

**СЕКЦИЯ 10. ТЕХНОЛОГИИ МАНИПУЛЯЦИЙ ПОВЕДЕНИЕМ И  
СОЗНАНИЕМ**  
**SECTION 10. TECHNOLOGY OF BEHAVIOR AND CONSCIOUSNESS  
MANIPULATION**

УДК 130.2, ББК 60

Л.П. Илиева<sup>1</sup>, С. Илиев<sup>2</sup>  
Liubov Ilieva, Stanimir Iliev  
ilieva.liubov@gmail.com  
stani@imbm.bas.bg

**Деманипуляция в НЛП: сложносистемный подход**  
**Demanipulation in NLP: Complex System approach**

*Высшая Школы по телекоммуникации и почте, София, Болгария<sup>1</sup>*  
*Институт Механики Академии Наук Болгарии, София, Болгария<sup>2</sup>*  
*University of Telecommunication and Posts, Sofia, Bulgaria*  
*Institute of Mechanics, Bulgarian Academy of Sciences, Sofia, Bulgaria*

Исходя из основных принципов метода НЛП проанализированы ключевые элементы моделирования человеком опыта, позволяющие манипуляцию на уровне языка, для чего проведен анализ перехода от глубинных структур опыта и языка человека к поверхностным структурам языка. Выделены основные элементы, сопутствующие процессу перехода и моделирования опыта, а именно обобщение, опущение и искажение. На основе проведенного исследования доказана необходимость деманипулирования в современном общества нарастания манипуляции.

Ключевые слова: модели коммуникации, манипуляция, кодирование-декодирование, цель, фрейминг, деманипуляция.

In this article we emphasize the role of understanding of the necessity of decoding technics in the period of the increasing of manipulation on the language level. We use the main principles of the NLP method as one of the most successful method of manipulation in the level of human language. We analyze the process of transformation of the deep structures of human experience and language into their surface level. We underline the processes of generalization, deformation and lost of experience that attending the transformation process. If knowing the mechanism of manipulation it is very important to develop technics of demanipulation.

Keywords: model of communication, manipulation, coding, decoding, purpose, framing, demanipulation

В современном обществе мы наблюдаем рост манипуляции как отдельным индивидуумом, так и группами общества. Несмотря на то, что понимание методов манипуляции углубляется, личность не защищена в достаточной степени. Многочисленные издания о том, как научиться манипулировать другими и добиваться своего, и вместе с тем уберечься от манипуляции имеют прикладной характер, феноменологические же причины манипуляции - деманипуляции остаются недостаточно понятными, так как они находятся на глубинных уровнях миропонимания и коммуникации. Возьмем простой пример фокусник, который

«обманывает» нас, используя особенности нашего восприятия. Понимание методов манипуляции позволяет понять, как осуществить деманипуляцию. Более того используя знание законов восприятия, можно упражнять манипулирование, нарушая права человека (например, осуществить кражу, действие, похожее на трюки фокусника), следовательно, использование определенных видов манипуляции должно быть запрещено законами. Фокусник в своем шоу использует приемы «обхода сознания». Методы манипуляции могут базироваться на том, чтобы обходить сознание, используя специфику человеческой коммуникации.

В авангарде современного понимания и использования манипулятивных практик стоит НЛП. Это обусловлено тем, что НЛП, с одной стороны разработано как модель коммуникации, включающая процессы обработки данных и наделения их смыслом, а с другой, - НЛП определяет способы использования компонентов субъективного опыта для психологических (ментально-эмоциональных) изменений поведения человека [1]. Эффективность НЛП обусловлена возможностью вызывать изменения в сознании человека посредством изменения кодирования, это возможно благодаря тому, что НЛП учитывает три процесса, сопутствующих моделированию человеком опыта, а именно: обобщение, опущение и искажение при переходе от глубинной структуры опыта и глубинной структуры языка к поверхностной. Так как функция перехода неизоморфна, наблюдается расхождение в понимании опыта на глубинном и поверхностном уровнях (то же касается и языка). Функции перехода проявляются как фреймы, они нелинейны и сложно взаимосвязаны, иногда часть из них не совсем корректно определяют как ментальные фильтры, что нагружает их смыслом простой линейности. Функции перехода реализуются в каждой личности индивидуально, зависят от ее предыдущего опыта в области переживаний (в том числе и виртуальных). Функции перехода только условно можно обособить от результатов кодирования, они неотделимы от карты территории. Слово есть аттракторное состояние, когда слово наделяется смыслом из поверхностной структуры, активизируется целая система преобразований глубинной структуры опыта. И наоборот, при репрезентации смысла слова, оно проявляется и как фрейм, и как якорь, а также связывает единичные переживания при переходе к глубинному уровню языка и вместе с тем - опыта. Именно сложная связь между словом и опытом индивида позволяет осуществлять манипуляцию и самоманипуляцию. Сознательное наделение смыслом события, к которому направлено внимание, оказывает воздействие на то, как мы представляем себе аттракторные состояния и структуру фреймов, а делаем мы это спонтанно, неосознанно.

Процессы обобщения, опущения и искажения позволяют объяснить как рефрейминг, речевые парадоксы, скрытые команды становятся эффективными методами манипулирования в процессе коммуникации. Переход от глубинной языковой структуры к поверхностной сопровождается процессами обобщения, опущения и искажения. При этом переходе мы можем наблюдать такие явления, как утраченный перформатив, опущенные причинно-следственные связи, кванторы всеобщности, модальные операторы, неконкретные глаголы. Неконкретные глаголы

являются причиной того, что части полной логико - семантической репрезентации могут быть не представлены в поверхностной структуре. В методике деманипуляции используются общие для психотерапевтических практик процедуры, характерные для НЛП, их цель восстановление глубинной структуры – полной языковой репрезентации и изменение глубинной структуры, с тем, чтобы сделать ее богаче [2]. В методике НЛП подчеркнуто, что в ходе трансформации между структурами, слово с глубинной структурой, которое обозначает процесс, в поверхностной структуре становится словом, обозначающим событие (соответствует процессу номинализации). Метод НЛП призван помочь клиенту увидеть, что нечто, представленное в его модели, как завершенное, законченное событие, представляет собой, на самом деле непрерывный процесс, на который он может влиять. Представляя процессы в форме событий, человек утрачивает контроль над ними. Номинализация является одним из известных механизмов, посредством которого в нашем языке процесс превращается в событие. Однако, на каждое слово можно посмотреть с точки зрения процесса, а именно в процессе оно проявляет свой смысл, толкование [3; 4]. Что касается имен существительных, толковые словари именно это и делают, в особенности, если речь идет о существительных, обозначающих внутренние состояния, например, страх. На уровне процессуальности проявляется смысл слов, которые в индоевропейских языках представлены как имена существительные, называющие вещи (подробно об этом см. [3; 4]), в них они есть метка, якорь, аттрактор процесса. Опыт можно интерпретировать, используя единственно глаголы и процессы. (В языке нутка, как показывает Уорф, все слова показались бы нам глаголами). Событие обретает смысл тогда, когда оно включено в процесс. Процессуальный подход к языку позволяет представить глубинную структуру языка в однотипных терминах взаимосвязанных процессов, что позволяет сделать связь с опытом более непосредственной и упрощает связь с воспоминанием о конкретно пережитом, а это, в свою очередь, наделяет смыслом нашу речь. Процессуальный подход к языку позволяет создать принципы, согласно которым можно определить рефрейминг, что позволяет понять, имеет ли место манипулирование, или нет.

Рефрейминг может иметь место (что наблюдается весьма часто) без манипуляции, понимаемой в житейском смысле. Характеристики манипулирования в НЛП не заложены в модель формирования карт и фреймирования. Контекст НЛП отделен от теории морали, поэтому ответственность за соблюдение этических и экологических принципов при использовании НЛП ложится на тех, кто использует эту методику. Психотерапевт или коммуникатор могут вызвать у своего пациента состояние неосознанного рефрейминга с целью личного роста пациента. Но такое состояние может иметь как позитивные, так и негативные последствия. Если же НЛП может навредить пациенту, он должен знать, как защитить себя, то есть необходимо развивать деманипулятивные техники.

Как определить, имеет ли воздействие на пациента негативное или позитивное воздействие? Позитивным воздействие будет тогда, когда адресант (пациент) коммуникативного акта будет в выигрыше, а негативным, если он будет в проигрыше.

Контекст влияния воздействия можно формализовать с помощью теории игр [5]. Вводим категорию «цель» (понятие «цель» мы ставим в кавычки, так как используем его в контексте теории игр, а не в его житейском смысле, подробно см. [5]) и определяем критерий ее достижимости. Исходя из контекста теории игр, манипуляция в НЛП в ходе коммуникации вызывает у адресата коммуникативного акта неосознанный рефрейминг, адресат не понимает, как НЛП меняет степень достижимости его цели. Наиболее негативная ситуация имеет место тогда, когда достижение целей адресата меняется в худшую сторону, что наносит ему ущерб (он хуже себя чувствует, или у него исчезает что-то). Когда мы говорим о НЛП, желания, устремления и цели личности находятся на метауровне по отношению к базовой репрезентативной системе.

Анализ языка с точки зрения процесса дает возможность определить смысл слова посредством аттракторов процессов, которые являются метками, символами и якорями, связывающими событийный язык, язык состояний с языком процессов. В таком случае аттрактор можно толковать как реализацию процесса по достижению «цели» самого этого процесса. Событие как и другие данные становятся значимыми для адресата тогда, когда они включены процесс, имеющий аттрактор (и «цель») в карте реальности данного человека. Аттрактор как цель и есть смысл, информация, фрейминг в выражениях языка. Подход, основанный на теории игр, интегрируется в процессы формирования смысла в НЛП, он и есть модель прагматической теории информации. Состояние, в котором находится адресант по отношению к аттрактору (достижению) «цели», можно определить посредством ментальных фильмов. Ментальный фильм представляет собой состояние человека (адресата коммуникации), в котором данный человек на виртуальном уровне подробно видит все этапы, которые ему необходимо пройти для достижения цели, после чего человеку необходимо провести анализ ситуации, в которой окажется, если отреагирует определенным образом на данное сообщение. Личность является элементом сложной системы, то есть может менять свое положение в данной системе и оказывать воздействие на элементы этой системы. Привнесение в модель коммуникации оценки достижения цели осуществляет связь между глубинной языковой структурой и глубинной структурой опыта, то есть наделение смыслом не ограничивается единственно уровнем языка. В рамках модели НЛП прослеживается процесс перехода от поверхностной структуры к опыту, а также определяются цели, аттракторы и их иерархия, что позволяет анализировать акт коммуникации и ее смысла как с точки зрения отправителя сообщения, так и точки зрения получателя сообщения, раскрывается механизм воздействия сообщения на его получателя (адресата). Нам важно выявить соотношение цель – значение на глубинном уровне, на основе которого оформляется словесная структура обычного событийного уровня, ориентированная к достижению цели. В акте коммуникации мы имеем две стороны, каждая из которых ставит собственную цель. Обе стороны для достижения своих целей используют поверхностный уровень языка и его взаимосвязанные элементы, но мы уже многократно оговаривали, что этот поверхностный уровень связан с более

глубоким. Результат коммуникации далеко не всегда совпадает с исходной поверхностной структурой содержания.

Для оптимизации коммуникации и чтобы избежать манипуляции очень важно прочистить речь от элементов манипуляции, осознать истинные цели участников коммуникации, как отправителя, так и получателя (в процессе коммуникации они обмениваются ролями. Если провести аналогию с физикой, можно сказать, что мы интегрируем события по времени, чем превращаем события в процессы, а вместе с тем «фильтруем» процессы по их возможным целям. Таким образом мы получаем спектральную структуру целей отправителя и получателя сообщения, это позволяет определить характер коммуникации в рамках подхода теории игр. Если у отправителя и адресата цели противоположны, очевидно, будет иметь место попытка манипуляции. Можно утверждать, что выявление собственной спектральной целевой структуры, также как и спектральной целевой структуры потенциальных участников в коммуникации принесет пользу каждому участнику коммуникации, давая возможность ориентации в событийном пространстве, что облегчает действия в нем. Это знание особенно ценно для ограничения манипуляции участников коммуникации.

Спектральную структуру можно определить на базе анализа текстовых и визуальных сообщений (или части из них, связанных с определенной тематикой) каждого активного элемента процесса коммуникации, будь то речь политика, сообщение из средств массовой информации или сообщение анонимного участника группы в фейсбуке. Текст может быть проанализирован на основе подхода нейронных сетей. Таким образом участник коммуникации может получить значительно больше знаний о процессе и целях коммуникации, нежели посредством своих собственных сознательных каналов анализа, в которых коммуникант не в состоянии избежать процессов обобщения, опущения и искажения опыта. Вместе с тем участник коммуникации может самостоятельно настроить данные для своей целевой структуры, если задаст (автоматической программе) тексты, которые ему нравятся, и тексты, которые ему не нравятся. Это легко осуществить, если коммуникант, просматривая тексты и видео, ставит значок «одобряю» либо «не одобряю» (который можно рассматривать как функцию результата формирования ментального фильма, связанного с содержанием). Такую программу может использовать персональный компьютер для определения или блокирования данных, в которых может иметь место манипулятивный по отношению спектра данного пользователя набор данных, или данные, которые могут привести к провалу (по отношению достижения целей).

Предложенный подход можно использовать для анализа манипулятивного аспекта в передачах средств массовой информации, рекламах, что может позволить регулировать процессы манипулирования законодательно.

Литература:

1. М. Холл, Б. Боденхаммер. Полный курс НЛП. / Пер. с англ. – СПб. : ПРАЙМ-ЕВРОЗНАК, 2006. – 635с.

2. Р. Бэндлер, Д. Гриндер. Большая энциклопедия НЛП. Структура магии. / Пер. с англ. – М.: АСТ, 2015. – 445 с.
3. Л.П. Илиева, С.Д. Илиев, В.П. Казарян. Время в русской языковой картине мира: сложносистемный подход. // Философия, наука, образование - 2011. – М., Изд. ООО Майлер, 2012, С. 332-350.
4. Л. П. Илиева, С. Д. Илиев, В. П. Казарян. Смысловые единицы текста как временивые обособленности // Электронное научное издание Альманах Пространство и Время. 2015. – Т. 10. — Вып. 1. Стационарный сетевой адрес: 2227-9490eaprov\_e-ast10-1.2015.41.
5. Л.П. Илиева, С.Д. Илиев, В.П. Казарян. Личность и манипуляция в информационном обществе: кибернетико-синергетический подход. / Коммуникативные среды информационного общества: Тренды и традиции, Труды Междунар. науч.-теор. конф. СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2016, С. 237-243.

УДК 30: 304: 304.4: 304.44 (304.444)

ББК 6/8:85:85.3:85.7

М.С. Кучумова, Я.М. Парамонова  
 Margarita Kuchumova, Yana Paramonova  
 margaritakuchumova@gmail.com , yanapr.2015@yandex.ru

**Воздействие на сознание человека посредством коммуникации через  
 музыкальные клипы  
 Impact on human consciousness through communication by dint of music videos**

*Санкт-Петербургский Экономический Университет  
 St. Petersburg State University of Economics*

Видеоклипы в течение последних 15 лет стали одним из наиболее любопытных с точки зрения массовой коммуникации каналов. Сегодня справедливо говорить о том, что они могут использоваться как средство пропаганды. Однако стоит отметить, что видеоклипы являются скорее не источником, а ретранслятором современных явлений общества.

Ключевые слова: музыкальные видеоклипы, ценности, канал коммуникации, воздействие, пропаганда, инструмент массовой коммуникации.

Music videos within last 15 years became one of the most curious channels in terms of mass communication. Nowadays it is fair to say that they can be used as an instrument of propaganda. However, it should be noted that music video clips are rather not a source, but a repeater of modern social phenomena.

Key words: music videos, values, communication channel, influence, propaganda, mass communication tool.

Музыкальные клипы сопровождали кинематограф еще на ранних этапах его развития. Видеоролики под музыкальное сопровождение начала XX века и видеоклипы, какими мы их знаем сегодня, являются специфическим каналом коммуникации, посредством которого транслируются определенные ценности, актуальные для той или иной эпохи.

К нашему времени видеоклипы претерпели ряд изменений в процессе своего создания. Сегодня важна не только техническая составляющая – качественная и красивая «картинка», – но и сюжет, вызывающий определенные эмоции у зрителя. Человека, пресыщенного массовым продуктом, нужно уметь завлечь и «общаться» с ним, задевать его ценности, установки, стимулируя обратную связь.

Трансляцию определенных установок посредством различных каналов коммуникации возможно расценить как один из инструментов пропаганды. *Пропаганда* – это навязывание ценностей и установок с целью формирования массового мнения и убеждения в них круга лиц относительно проблемы,

существующей в контексте массовой коммуникации. В данном исследовании мы прослеживаем воздействие пропаганды путем использования одного из самых неочевидных каналов – музыкального видеоклипа.

Современные клипмейкеры задают тенденцию, где сюжет стал не первостепенным. Известно, что люди привыкли ассоциировать себя с лирическими героями роликов. Поэтому в контексте видеоклипов стали поднимать не только злободневные социальные темы, но и использовать пропаганду тех или иных ценностей, которые присущи определенным субкультурам.

На примере современных музыкальных клипов мы смогли выделить несколько основных пропагандистских категорий.

Самый распространенный сюжет современного музыкального клипа – это времяпрепровождение молодежи в ночных клубах. Такие ролики сопровождаются пропагандой алкоголя, психотропных средств и сексуальных отношений. В последнее время на данную тематику наслаиваются другие составляющие сюжета. Сквозь призму таких клипов формируется стереотип поведения и места в обществе современных девушек, присваивается социальная роль мужчины. Он демонстрируется в клипах как успешный хозяин своей жизни. А женщина в его руках – один из атрибутов роскоши.

Продолжением данной сюжетной направленности видеоклипов является явная сексуализация женщин. Эротичность и грациозность передают нежность и эмоциональность героев по отношению друг к другу. Тем не менее, сексуальность выходит на первый план вместо истинных чувств героев. В связи с распространением феменистических убеждений и меняющимся положением женщины в обществе становится привычным видеть женщину в музыкальном видеоролике как инициатора сексуальных отношений.

Одной из асоциальных сюжетных направленностей клипмейкинга является визуализация **насилия**. Клипы демонстрируют в разнообразных формах проявления человеческой жестокости по отношению к другим. Сегодня клипы демонстрируют убийства, иногда массовые, с подробным изображением деталей процесса.

Классической тематикой любой сюжетной линии, в том числе в клипах, является **любвные взаимоотношения** между людьми. В современных тенденциях тема любви выражается в негативной коннотации. Вышеупомянутые мотивы насилия и сексуальности интегрируются: тема большой и агрессивной любви все чаще поднимается в видеороликах.

Безусловно, сквозь призму современных музыкальных видеороликов можно проследить продвижение в массы различного рода ценностей и установок. Однако стоит отметить, что сегодняшние клипы являются, скорее, отражением существующей реальности и своими коммуникационными сообщениями усиливают лишь эффект влияния на общество.

Литература:

1. А.В. Чернышов Секреты песенного видео // ЭНЖ «Медиамузыка». 2014. # 3. С.3-5
2. Э. В. Советкина Эстетика музыкальных видеоклипов // Триада. 2005. С.34-37

**Применение технологии “окна Овертона” (на примере проблемы эвтаназии в России)**

**Application technology “Overton’s window” (on the example of the problem of euthanasia in Russia)**

*Санкт-Петербургский Политехнический университет Петра Великого  
Peter the Grete St. Petersburg State Polytechnic University*

В данной статье рассматривается технология «окна Овертона» на примере эвтаназии. Проанализированы этапы преобразования эвтаназии из табу в законодательно рассматриваемую проблему посредством появления научных работ, эвфемизмов, изменения общественного мнения и популяризации проблемы в СМИ.

Ключевые слова: окно Овертона, эвтаназия, общественное мнение, СМИ, право на смерть, эвфемизм.

This article discusses the technology of the "Overton's window" on the example of euthanasia. The stages of transforming euthanasia from taboo into a problem under law through the appearance of scientific works, euphemisms, changes in public opinion and popularization of the problem in the media are analyzed.

Keywords: Overton's window, euthanasia, public opinion, media, the right to die, an euphemism.

Современный мир характеризуется постоянным стремлением стать более толерантным, терпимым к тем, кто отличается и мыслит по-другому. С другой стороны, некоторые идеи, продвигаясь под эгидой расширения прав и свобод человека, манипулируют обществом и ведут к переосмыслению традиционных ценностей, к замене их на ранее аморальные.

Актуальность. В настоящее время в России проблема эвтаназии являясь предметом широкого обсуждения. Всё больше врачей, юристов и политиков высказывают своё мнение, и не всегда оно отрицательное. Несмотря на то, что в нашей стране она законодательно запрещена, общество уже более лояльно относится к такой возможности прекращения жизни.

Целью данной работы является рассмотрение применения теории “окна Овертона” на примере эвтаназии в России.

Задачи, решаемые для достижения цели: рассмотреть историческое отношение к эвтаназии в России; собрать и проанализировать общественное мнение, реакцию СМИ; изучить предложенные поправки в законы.

“Окно Овертона” – методология социально-информационного управления человеком и, соответственно, обществом в части изменения отношения общества к некогда абсолютно запретным темам в сторону абсолютно приемлемых. В основе этой технологии лежит «окно возможностей» [1, с.86]. В его рамках идея может стать обсуждаемой, популярной, а потом и законодательно закреплённой. Технология состоит из шагов, которые позволяют последовательно перевести нечто неприемлемое в мнение большинства, а затем и в закон [2, с.8].

Рассмотрим эту технологию на примере отношения общества к проблеме эвтаназии.

Шаг 1 – от немыслимого до радикального. На этом этапе возникают дискуссии в научной среде, тему необходимо обозначить.

В России до 90-гг прошлого века эвтаназия рассматривалась сугубо как медицинский термин и оценивалась исключительно отрицательно [3,с.134]. Православная вера рассматривает эвтаназию как самоубийство или посредничество убийству, поэтому в Российской империи эта тема не поднималась. А после революции согласно фундаментальной монографии «Медицина и общество» (1983) «у людей было только одно право – право на жизнь» [3, с.134]. Именно после разворота социальных интересов в пользу человека эвтаназия получила толчок в сторону обсуждения биоэтики в начале 90-гг.

Также на обсуждение этой темы повлиял зарубежный опыт. Например, эвтаназия была легализована в Нидерландах (1984) и Бельгии (2002).

Таким образом, тема эвтаназии из неупотребляемой стала научным интересом и чем-то естественным для исследований.

Шаг 2 – от радикального до приемлемого. Происходит искажение понятия, вводится эвфемизм - новое название, используемое вместо подлинного, чтобы его не ассоциировали с чем-то аморальным. Приводятся также примеры допустимости этого явления.

Так, например, в современном обществе отрешённый медицинский термин «эвтаназия» принято заменять на «право на смерть» или «право на уход». Ведь в нашей стране люди свободны, а значит, имеют право делать всё, что не запрещено законом. Эта замена приближает общество к этой проблеме.

В научных публикациях приводятся исторические факты отношения к эвтаназии. Например, в Индии принято было лечить только тех, кто мог выздороветь, во многих первобытных обществах были обычаи умерщвлять больных и стариков, самостоятельный уход из жизни был распространён в Спарте и допускался в Древнем Риме.

После этого шага эвтаназия становится благородным делом, которое уже практиковалось в прошлом.

Шаг 3 – от приемлемого до разумного. Общество разделяется на две противоборствующие стороны – сторонники и противники данного явления. Происходит давление на общественное сознание.

Происходит формирование аргументов «за» и «против» на основании мнения профессионалов в сфере медицины, права, религии и философии.

Главным противником эвтаназии является Православная церковь, считая эту процедуру противоестественной. Так, в конце 2016 года патриарх Кирилл осудил эвтаназию и назвал её «позором современной цивилизации». В основном споры в этой сфере ведутся на каналах и в журналах религиозной тематики. Например, список из 20 пунктов против эвтаназии опубликован на сайте интернет-издания «Православие и мир» [4]. А в телепрограмме «Православная энциклопедия» диакон Михаил Першин высказал мнение, что современные люди ищут в жизни только наслаждения и поэтому не видят смысла в мучениях [5]. В христианской вере

считается, что человек должен вынести всё, что ему послано Богом, даже если это неизлечимая болезнь. Поэтому появляются люди, атеисты в основном, настаивающие на праве на смерть для неверующих. Они напоминают, что в православной вере тоже есть человек – священник, который отпевает умирающих и даёт им облегчение перед смертью. Эта тема была освещена в статье Михаила Першина «Право на смерть есть у всех: как смертельно больные россияне добиваются эвтаназии» [6].

В сфере медицины главным вопросом становится вопрос этики. Аргументы «за» основываются на том, что врач должен помогать людям, избавлять их от боли и с помощью эвтаназии тоже. Специалисты «против» настаивают на клятве Гиппократова, в которой самая главная заповедь - не навреди. Мнения врачей и профессоров публикуются в основном на сайтах интернет-изданий. Так, в статье на сайте канала РИА Новости с названием «Эвтаназия. Аргументы «за» и «против»» приведены высказывания специалистов [7]. В России альтернативным решением выступает паллиативная помощь, представленная хосписами. Однако их недостаточно для помощи всем больным. Система распределения обезболивающих очень сложная и строго контролируется со стороны правоохранительных органов, многие люди остаются без медикаментов. Очень резко о хосписах и обеспечении людей необходимыми препаратами говорится в статье Кирилла Харатьяна «Почему люди не должны жить с болью» [8].

В правовой области сторонники эвтаназии настаивают на том, что право на смерть – естественное право человека наряду с правом на свободу. Адвокаты, юристы и политические деятели часто приглашаются в качестве специалистов на радио, дают интервью различным газетам и журналам. Геннадий Гудков, член Комитета Госдумы по безопасности предлагает для решения этого вопроса собирать специальную комиссию, состоящую из квалифицированных специалистов [5]. Именно она с разрешения больного или родственников в случае его недееспособности стоит ли прибегать к последней мере. Однако против те, кто считает, что эвтаназия может стать возможностью для недобросовестных медиков, ищущих выгоды родственников и «чёрных» риелторов. Этому мнению придерживается бывший вице-спикер Госдумы Владимир Катренко [6]. Немаловажным считают степень вмешательства государства в работу комиссий, что это может стать способом контроля населения (Радио Свобода «Право на смерть», адвокат Вадим Ключгант [9]). Ещё одним аргументом «за» является то, что эвтаназия уже существует только незаконно. Её делают и врачи и родственники, которые не могут больше смотреть на страдания родных [6].

С точки зрения философии рассматривается вопрос - считать это убийством или нет. С одной стороны помочь больному – это гуманно, но с другой - противоречит всем моральным нормам. А также можно ли рассуждать об эвтаназии с финансовой стороны, ведь поддержание жизни безнадежно больных требует немало средств как со стороны близких, так и со стороны государства. Проводятся лекции, печатаются статьи на тему «Эвтаназия: за или против» [10-12].

Именно расхождение мнений в таких важных областях заставляет людей задуматься о приемлемости эвтаназии. Рассмотреть её не как абстрактное явление,

которое уже существует в других странах и вызывает споры в узкой специальности, а как решение, которое возможно им придётся принять. Проблема становится более личной и индивидуальной.

Шаг 4 – от разумного до популярного. Тема начинает приходиться в массы, организуются обсуждения по телевидению, в газетах, по радио, проводятся социологические опросы.

В социальных сетях, на радио, в газетах начинают обсуждаться истории неизлечимо больных людей, которые просят о возможности уйти достойно.

В основном споры об эвтаназии разгораются из-за смерти популярных людей, таких как Михаил Задорнов и Борис Ноткин. Оба они болели раком и по-разному справлялись с этим. Мучительная смерть кумиров не может не затронуть людей.

В ряде журналов появляются сюжеты о тех, кто не может получить помощь от государства и хочет смерти. Так, например, Татьяна из Москвы чувствует себя ненужной и беспомощной и копит на поездку в страну, где эвтаназия иностранцам разрешена [6]. Наталья Антонова из Улан-Уде отчаялась найти способ пройти экспериментальное лечение в США и хочет пойти на крайнюю меру, скопленных денег для этого ей как раз хватит [13].

В поддержку случаев существования незаконной эвтаназии можно привести историю 14-летней Марты Шкримановой и 17-летней Кристины Патриной, в 2004 году задушившие парализованную женщину по её просьбе за вознаграждение. Суд счёл их виновными в убийстве с целью выгоды и вынес приговор с реальным сроком. С другой стороны, бывший сержант полиции Владимир Корсаков получил только четыре года условно за то, что задушил свою мать, которая страдала от рака и просила сына убить ее. Возникает вопрос: справедливо ли судить тех, кто совершил незаконную эвтаназию из милосердия?

Телевидение – самый эффективный способ рассказать о своей проблеме. Например, житель Воронежа в эфире телеканала НТВ просит разрешить ему эвтаназию для прекращения страданий [14]. После этого ему окажут квалифицированную помощь в Москве. Сюжеты о тяжелобольных людях в России («Профессия репортёр») имеют большую популярность и на конкретных примерах рассказывают о проблемах тех, кому «запрещают умирать».

Эвтаназия начинает охватывать всё большее количество людей, и теперь эта проблема переносится в художественный формат. В одном из выпусков телепередачи «Судебный детектив» рассказывается история о совершении эвтаназии врачом [15]. И хотя согласно существующему законодательству приговор вынесен обвинительный, нельзя не заметить, что этим сюжетом СМИ пытаются расширить круг участвующих в проблеме, идёт агитация в массы.

Не менее важным является и мнение знаменитых людей на проблему. Так, Владимир Познер высказался за право людей решать, как им уйти из жизни.

Самым ярким примером вовлечения общества является намерение фирмы «Мегаполис-курорт» создать «Эвтаназия-туры» в Швейцарию. Ведь как коммерческая организация, они не стали бы делать такой шаг в отсутствие спроса.

Проблема эвтаназии уже достаточно широка, чтобы создавать опросы и интересоваться мнением людей. Они пока не имеют большого отклика, но с каждым поколением проблема эвтаназии охватывает всё больше людей.

СМИ манипулирует обществом, выдвигая на передний план чувства смертельно больных, заостряет внимание на том, что проблема широко распространена, и её срочно нужно решать на государственном уровне.

Шаг 5 – от популярного до политики. Донесение общественного мнения до политиков.

На этом этапе уже политические деятели высказывают своё мнение и предлагают рассматривать поправки в закон.

Например, в 2007 Валентина Петренко, Председатель комитета по социальной политике Федерального собрания высказала мнение о легализации эвтаназии в России [5]. Это вызвало критику общественности, поэтому никакого решения принято не было.

Также публиковалось в журнале «Новые известия» мнение политолога Сергея Белановского, что введение добровольной эвтаназии может помочь в решении проблем пенсионной реформы [16]. Данная статья описывает, что это самый эффективный способ для экономии государственного бюджета.

А в сентябре 2016 поддержала право на эвтаназию новый уполномоченный по правам человека в РФ Татьяна Москалькова [17]. Она назвала это гуманным – прекратить мучения тех, кто страдает.

Рассматривая технологию «окна Овертона» можно сказать, что под давлением СМИ и стремлению к толерантности аморальная идея достаточно быстро становится общепринятой и естественной. Ценности и традиции зависят от общества и им же могут быть перестроены заново.

Таким образом, эвтаназия в России из неприемлемого явления становится вначале объектом споров в профессиональных сферах, в которых характеризуется уже как право каждого человека. Этот этап произошёл достаточно быстро в связи с поворотом социальной политики в сторону человека. Затем с помощью СМИ проблема эвтаназии перешла в популярную тему для обсуждения. Несмотря на имеющиеся предложения со стороны политиков, проблема эвтаназии находится именно на этапе популяризации в обществе, так как пока ни одно предложение об изменениях не находит достаточного отклика у людей.

Литература:

1. Григорян А.А. Окно Овертона. Политическая концепция Джозефа Овертона // Новое слово в науке и практике, 2017, № 1 (17), с. 24-28
2. Гуливатенко А. П. «Окно Овертона» в социально-философской практике / А. П. Гуливатенко // Материалы Всероссийской научно-практической конференции. - 2015 г. – 175 с.
3. Рыбин В.А. Проблема эвтаназии в социально-правовом аспекте // Вестник ОГУ, 2006, №7, с. 134-138.
4. «Эвтаназия: 20 доводов против», 2016. URL: <https://www.pravmir.ru/evtanaziya-20-dovodov-protiv/> (Дата обращения: 7.10.2018)
5. «Православная энциклопедия», 2007. URL: <https://www.sedmitza.ru/text/410039.html> (Дата обращения: 7.10.2018)

6. Павел Мерзликин «Право на смерть есть у всех: как смертельно больные россияне добиваются эвтаназии», 2017. URL: <https://paperpaper.ru/life/> (Дата обращения: 7.10.2018)
7. «Эвтаназия. Аргументы «за» и «против», 2016. URL: <https://ria.ru/society/20070417/63806234.html> (Дата обращения: 7.10.2018)
8. Кирилл Харатьян «Почему люди не должны жить с болью», 2018. URL: <https://www.vedomosti.ru/opinion/articles/2018/05/29/771039-lyudi-bolyu> (Дата обращения: 7.10.2018)
9. Александр Подрабинек «Право на смерть», 2016. URL: <https://www.svoboda.org/a/28000409.html> (Дата обращения: 7.10.2018)
10. Владимир Ломов «Эвтаназия – за и против», 2012. URL: <https://www.miloserdie.ru/video/evtanaziya-za-i-protiv/> (Дата обращения: 7.10.2018)
11. Татьяна Алёшина «Эвтаназия. Аргументы за и против. Виды эвтаназии. Как происходит эвтаназия», 2014. URL: <https://www.manorama.ru/article/Evtanaziya.html> (Дата обращения: 7.10.2018)
12. «Эвтаназия – убийство или милосердие?». URL: <http://euthanasia-v.narod.ru/za.html> (Дата обращения: 7.10.2018)
13. Василиса Шишкина «Неизлечимо больная улан-уденка решила на эвтаназию», 2018. URL: <https://gazeta-n1.ru/news/68174/> (Дата обращения: 7.10.2018)
14. Василиса Казакова «Московские врачи подарили шанс на спасение молящему об эвтаназии жителю Воронежа». URL: <https://www.ntv.ru/video/1532821/> (Дата обращения: 7.10.2018)
15. «Судебный детектив»: «Эвтаназия». URL: <https://www.ntv.ru/video/334585/> (Дата обращения: 7.10.2018)
16. Сергей Белановский «Право на эвтаназию может помочь пенсионной реформе», 2018. URL: <https://newizv.ru/comment/sergey-belanovskiy/31-08-2018/pravo-na-evtanaziyu-mozhet-pomoch-pensionnoy-reforme> (Дата обращения: 7.10.2018)
17. Александр Калинин «Легализация эвтаназии: за и против», 2016. URL: <http://www.rosbalt.ru/piter/2016/10/04/1554002.html> (Дата обращения: 7.10.2018)

УДК 81-119, ББК 81.2Рус-5

И.Н. Пучкова  
Irina Puchkova  
irenep@yandex.ru

## **Манипулятивные стратегии создания позитивного образа пенсионной реформы в российских СМИ**

### **Manipulative strategies of forming a positive image of the pension reform in Russian mass media**

*Московский городской педагогический университет  
Moscow city teachers' training university*

В сообщении рассматриваются речевые стратегии манипуляции и воздействия, используемые в русскоязычном общественно-политическом дискурсе, которые направлены на формирование положительного общественного мнения в отношении предлагаемого правительством повышения пенсионного возраста

Ключевые слова: речевое воздействие, стратегии, манипулирование, общественно-политический дискурс, СМИ

The report considers communicative persuasion and manipulation strategies, used in the Russian-language social-political discourse, aimed at forming the positive image of raising the retirement age proposed by the government

Key words: persuasion, strategies, manipulating, social-political discourse, mass media

Данное сообщение анализирует обсуждение идей повышения пенсионного возраста в российских общественно-политических СМИ. Не секрет, что в

политическом дискурсе преследуется цель создания средствами языка выгодного определенной социальной группе видения реальности [1, с.78]. В данном случае речь идет об идее российского правительства повысить пенсионный возраст граждан, которая изначально является непопулярной. Естественно, что правительственные круги стремятся внедрить в общественное сознание установку, что реформа-это благо и заставить граждан принять данную идею как истину, не прибегая при этом к серьезным аргументам.

Важным средством формирования общественного мнения являются средства массовой информации как особый канал речевого воздействия.

Материалом нашего исследования послужили примеры, отобранные методом текстового поиска и выборки из газетного подкорпуса Национального корпуса русского языка [2].

Анализ языкового материала позволил нам выявить три вида манипулятивного воздействия на общественность: воздействие на рациональную сферу, воздействие на волевую сферу и воздействие на эмоциональную сферу.

Апеллируя к разуму адресата, говорящий снимает с себя ответственность за непопулярное решение, делает вид, что ставит адресата (российского обывателя) в вышестоящую позицию интеллектуального превосходства, тем самым, внедряет в его сознание выгодную для себя точку зрения.

*Дальнейшая реформа существующей системы необходима, и повышение пенсионного возраста - **разумный шаг**, учитывая, что здоровье и продолжительность жизни граждан улучшается.*

В следующем примере общественность пытаются убедить в преимуществах реформы благодаря ссылке на авторитет: *Ведь лидер нации сказал: рост цен и повышение пенсионного возраста – признак бурно развивающейся экономики России и улучшения благосостояния граждан.*

Воздействие на волевую сферу осуществляется благодаря заявлениям о невозможности изменить уже сложившуюся ситуацию и необходимости принятия ее как факта, тем не менее, причины неизбежности ситуации не указываются: *Все понимают, что повышение пенсионного возраста в России-процесс **неизбежный**...*

Воздействие на эмоциональную сферу осуществляется благодаря игре на основных человеческих чувствах. Рассмотрим следующий пример:

*Если отложить срок оформления пенсии на пять лет, то она вырастет в полтора раза, если на десять, более чем вдвое.*

В данном случае речь идет об игре на чувстве человеческой жадности.

Еще одним базовым человеческим чувством, является чувство страха, и на нем также играют сторонники повышения пенсионного возраста: *Чем дольше откладывается этот вопрос, тем **острее демографическая и экономическая необходимость это сделать**, но тем труднее будет принять это решение.* Избегая конкретики, автор высказывания подводит реципиентов информации к мысли от том, что нужно принять реформу из страха дальнейших демографических и экономических потрясений.

Еще один прием - это противоречивая подача информации, когда отрицание отрицательного воспринимается как положительное: *Будет ли это привлекательным для всех? Вероятно нет. Но если человек все равно работает и получает неплохую зарплату, ему есть смысл отложить выход на заслуженный отдых.*

Итак, внедрение в сознание общественности идеи пенсионной реформы как блага осуществляется благодаря апеллированию к интеллекту, к авторитетам, игре на человеческих эмоциях, противоречивой подаче информации.

Литература

1. Молодыхенко Е.Н. Когнитивное моделирование реализации эмоционального аспекта речевого воздействия // Вопросы когнитивной лингвистики. 2014. №3. С.78-85
2. Национальный корпус русского языка [Электронный ресурс]. Режим доступа: [www.ruscorgora.ru](http://www.ruscorgora.ru)

УДК 81'4, ББК 81.055

Л.К. Салиева  
Liudmila Salieva  
[liudmila.salieva@gmail.com](mailto:liudmila.salieva@gmail.com)

### **Художественный перевод как инструмент мягкой силы Literary translation as a tool of soft power**

*МГУ имени М.В. Ломоносова  
Lomonosov Moscow State University*

В настоящей статье рассматривается советский опыт использования художественного перевода в качестве инструмента мягкой силы для воздействия на широкую общественность зарубежных стран с целью создания положительного восприятия страны.

Ключевые слова: мягкая сила, источники и инструменты мягкой силы, восприятие страны, перевод.

The article discusses the Soviet case of using literary translation as a tool of soft power to influence the general public in foreign countries in order to create a positive perception of the country

Keywords: soft power, sources and tools of soft power, perception of the country, translation.

Понятие «мягкой силы» широко используется как в научном, так и политическом дискурсе, когда речь идет об использовании культуры для создания позитивного восприятия страны на международной арене. Понятие «мягкой силы» с момента своего появления [1, с. 167] претерпело немало интерпретаций. Сам автор данного понятия в определении 2011 года переносит акцент со способности быть привлекательным на способность оказывать влияние [2, с. 9]. Перенесение акцента заставляет исследователей выделять в «мягкой силе» два компонента, а именно источники (привлекательности) и инструменты (влияния). В имидже России традиционно сильным компонентом является русская литература, которая, следовательно, может рассматриваться как источник мягкой силы, продвижение же России как страны великой литературы, в частности посредством художественного перевода (имеется в виду полный цикл перевода, издания и распространения книг), будет являться инструментом мягкой силы. С этой точки зрения интересным является опыт СССР, об эффективности которого позволяет судить высказывание Серебряного

С.Д., связанное с деятельностью издательств «Прогресс» и «Радуга»: «Эта переводческая индустрия, действовавшая около тридцати лет, внесла немалый вклад в распространение русской литературы (и литературы на других языках бывшего СССР) в странах Южной Азии... У многих сегодняшних индийцев (а также пакистанцев, бангладешцев и т. д.) наблюдается своего рода ностальгия по тем временам, когда им были доступны неплохо изданные и сравнительно дешевые советские книги» [3, с. 32-33].

Теоретической базой как внутренней, так и внешней литературной политики СССР была социологическая концепция литературы, базирующаяся на положениях (1) литература - отражение общественной жизни, (2) литература – пропаганда, инструмент воздействия на социальную жизнь и общественное сознание, (3) литература - средство социального контроля. Эта политика реализовывалась посредством целого комплекса коммуникационных инструментов. Целью внутренней литературной политики была пропаганда идей марксизма-ленинизма, советского образа жизни, воспитание человека нового типа – строителя коммунизма, готового пожертвовать всем ради коммунистической идеи. Эта цель реализовывалась посредством жесткого контроля над содержанием художественных произведений и их распространением, а также посредством критики и интерпретации в школе, библиотеке и т.п. Внешняя литературная политика была направлена на создание позитивного имиджа страны на международной арене. Охват аудитории был глобальным: произведения русской классической и советской художественной литературы переводились на многие языки мира и распространялись на всех континентах. Тематическое разнообразие выпускаемых книг имело целью представить читателям многих стран широкую панораму жизни СССР. Реализация внешней литературной политики осуществлялась по следующим направлениям: перевод и распространение за рубежом классической русской литературы и литературы народов СССР, работа с союзами писателей стран социалистического лагеря и поддержка просоветских писателей этих стран (путем публикации их произведений на русском и других иностранных языках), привлечение на свою сторону писателей капиталистических и развивающихся стран также путем перевода и публикации их произведений на русском и других иностранных языках и создания образов «друзей нашей страны», прогрессивных писателей, близких СССР, антифашистов, борцов за мир, антиимпериалистов. В докладе рассматривается роль издательств «Прогресс» и «Радуга» как инструментов внешней литературной политики СССР.

Литература:

1. Nye, J. S. Jr., 1990. Soft power. Foreign Policy, 80(Fall): 153–171
2. Nye, J. S. Jr., 2011. Power and foreign policy. Journal of Political Power, 4(1): 9-24
3. С.Д. Серебряный История переводов в Индии (Южной Азии) / История перевода: межкультурные подходы к изучению. Материалы международного симпозиума в рамках проекта «Национально-исторические традиции в переводоведении» Москва, 15 – 17 сентября 2011 г. Под редакцией Н. Рейнгольд. Москва: РГГУ, 2012, с. 17-36.)

**Фейк в российских региональных СМИ (на примере СМИ южного Урала)**  
**Fake in the russian regional media (on the example media of south Urals)**

*Южно-Уральский государственный университет*  
*South Ural State University*

Средства массовой информации являются субъектами экономической деятельности. Для редакции СМИ получение прибыли становится определяющим фактором и условием выживания. Широкое распространение в СМИ получила практика публикаций непроверенной и недостоверной информации (фейк), что можно объяснить логикой привлечения читательской аудитории. В статье рассматривается феномен фейка в современном медиaprостранстве, анализируются примеры таких новостей в региональных СМИ. Обозначаются причины и мотивы появления фейка в медиамире. Авторы приходят к выводу, что фейк имеет более глубокие социально-экономические и политические корни, чем это принято считать. А развитие интернет-технологий и расширение медиaprостранства только усиливает общую массу фальшивого контента в журналистских материалах.

Ключевые слова: журналистика, фейк, верификация, средства массовой информации, «газетная утка», Южный Урал.

The mass Media are the subjects of economic activity. For the editorial staff of the media, making a profit becomes a determining factor and a condition for survival. The practice of publishing unverified and unreliable information (fake) has become widespread in the media, which can be explained by the logic of attracting a readership. The article deals with the phenomenon of fake in the modern media space, analyzes examples of such news in the regional media. Indicated the reasons and motives for the emergence of fakes in mediamera. The authors conclude that the fake has deeper socio-economic and political roots than is commonly believed. And the development of Internet technologies and the expansion of the media space only strengthens the overall mass of fake content in journalistic materials.

Key words: journalism, fake, verification, mass media, South Urals.

Средства массовой информации являются сегодня полноценными экономическими субъектами. Это значит, что главная цель деятельности такого субъекта – получение прибыли и снижение издержек. В погоне за прибылью, а значит и за вниманием читателя и рекламодателя, средства массовой информации не уделяют должного внимания процессу верификации новостей. Более того, именно массмедиа, становятся источником и транслятором неполной, недостоверной, искаженной информации о событиях, неверно интерпретируют события, создают так называемые «газетные утки». Нередко, в погоне за сенсационными материалами, они являются создателями откровенно лживой информации.

Рост недоверия аудитории (читательской, вербальной, зрительской) к средствам массовой информации достаточно часто отмечают многие исследователи медиасферы, являющиеся непосредственными потребителями контента СМИ [2]. Ряд исследований показывают, что сама природа медиаландшафта сильно деформирована. В настоящее время основные функции печати, радио и телевидения (информирование, развлечение и воспитание) девальвируются с пугающей быстротой. В погоне за аудиторией, рекламодателем, многие СМИ приоритет отдают поиску сенсационных материалов, которые не всегда оказываются правдивыми, либо содержат лишь часть информации, соответствующей действительности. В

профессиональный жаргон журналистов, а впоследствии и в научный оборот вошло понятие «фейк». Данное явление приобрело повсеместный характер. Так, например, о намеренном искажении фактов в информационном пространстве мейнстримных СМИ США в первый год своего президентства заявил Дональд Трамп. После его реплики, в некоторых ведущих новостных каналах страны была введена и фактически узаконена предварительная цензура. Журналистам фактически было запрещено обнародовать сообщения без согласования с руководством. Следствием такой редакционной политики, например, стало увольнение трех ведущих сотрудников компании CNN [9].

О. Иссерс отмечает, что вошедшее совсем недавно в русский язык слово фейк и его дериваты фейковый, фейковизация – охватывают разнообразные случаи мистификаций и подделок. Фейк – аналог английского слова fake, которое в современном словоупотреблении чаще всего фигурирует в значениях trick – «хитрость, обман», «подделка, фальсификация, подлог», но также и swindle – «шутка, шалость». Глагол «fake» означает «мошеннически манипулировать, чтобы предмет воспринимался в лучшем виде или не таким, каким он на самом деле является». В значении прилагательного fake указывается на искусственность предмета, его несоответствие реальности. В широком смысле слова фейком называется любая подделка, выдаваемая за настоящую вещь [5].

В мировом информационном пространстве существуют средства массовой коммуникации, которые специализируются на производстве фейковых новостей. Например, сатирический сайт «The Onion» (<http://www.theonion.com>). Его приобрела крупнейшая в Америке испаноязычная телекомпания «Univision» с целью усилить свои позиции за счет коммуникационных возможностей сети [12]. В этом случае, это явно наблюдаемый процесс объединения традиционных СМИ с интернетом, как главным источником фальшивок и информационных вбросов.

Появление исследований о фейках в медиа говорит об озабоченности общества новым поворотом в истории развития СМИ. Добавим – псевдо *новым поворотом*. Некоторые исследователи отмечают, что фейки, как характерная черта появились в СМИ «исключительно тогда, когда вся система функционирования информации подверглась серьезной технологической деформации, которая привела к серьезным социально-психологическим последствиям для аудитории» [4, с. 17]. Причиной такой деформации в медиам мире автор в связывает с изменениями в области технологий.

Такой, исторически не новый, подход к изучению проблемы значительно сокращает глубину рассмотрения вопроса. Он во многом игнорирует иные объективные и субъективные предпосылки появления прецедента. Хотя дело вовсе не в термине «фейк», а в глобальном обмане в журналистике, когда фактически отрицается достоверность контента и признается (и даже насаждается) генерация фейков в системе средств массовой информации. Достаточно вспомнить книгу К. Доктора «Ньюсономика. Двенадцать трендов, которые изменят новости» [3].

По сравнению с этой тенденцией наступление таблоидизации можно считать забавным, нежели опасным для журналистики этапом. В самом деле, лучшие достижения таблоидных средств массовой информации давно используются в

арсенале печати, радио, телевидения. Более того, взаимное влияние традиционных и таблоидных СМИ взаимно обогащает их работу и способствует обновлению подходов к производству и распространению контента. Важно, что руководители даже «желтых» изданий крайне редко идут на публикации, если журналист не предоставляет доказательств изложенной им информации. Достоверность становится хоть и не доминирующим, но все же заметным фактором некоторых массовых и даже бульварных СМИ. Это не могло произойти без изучения опыта качественной журналистики. Сама же она давно и успешно вооружена свойственными таблоидным изданиям яркими иллюстрациями, броскими заголовками и подзаголовками, вниманием к жизни селебрити и т.д.

Отличие фейковой журналистики от таблоидной – принципиальное. Процесс таблоидизации, так называемого «пожелтения» средств массовой информации – процесс саморегулирующийся. Система в определенные моменты вырабатывает те или иные приемы и принципы, которые «принимаются» аудиторией. Идет перманентная смена декораций, с учетом различных особенностей запросов и вкусов потребителей информационного продукта. При всем несходстве качественной и массовой журналистики важно отметить, что во всех типах изданий представлена журналистика факта.

Фейковая журналистика изначально по своей природе отличается квазиправдивостью. Здесь отсутствует объективность, а главным принципом при формировании журналистского текста является создание «ассорти» из впечатлений, мнений, точек зрения. И делается это оперативно и наглядно. Факт не является основой материала, главное – это впечатления от него. В журналистском материале автор создает правдоподобие жизни, граничащее нередко с диффамацией – «распространением сведений, не соответствующих действительности, порочащих честь, достоинство и/или деловую репутацию лица» [7, с. 12].

По мнению авторов данной статьи зарождение фейковой журналистики не связано напрямую с технологическими новациями. Пожалуй, только конвергенционные тенденции в журналистике можно целиком обосновать мощным вхождением человеческого сообщества в мировую паутину, т.е., в интернет. Об этом подробно рассказывается в учебнике «Универсальная журналистика» и в ряде других научных исследований. [8, с. 6 – 7]. Только благодаря появлению и внедрению новых технологий произошел качественный скачок, положивший начало нового периода развития системы средств массовой информации. В его основе – объединительные мультимедийные явления с использованием интернет-ресурсов.

В отличие от конвергенции фейковость новостей в своей основе обладает социально-экономическим и политическим характером. Тактика вброса контента выглядит как продолжение глобальной правды. В качестве примера из недалекого прошлого можно привести существование идеологического механизма функционирования коммунистической идеи в СССР. В частности, гигантская фальшивка, озвученная на XXI съезде КПСС генеральным секретарем Н.С. Хрущевым и потом растиражированная миллиардами экземпляров по всему свету, о

построении коммунизма в СССР к 1980 году. Это была крупнейшая, выражаясь языком газетчиков, «утка» в истории, ложь и иллюзия охватившая огромное количество населения мира. Но планетарный фейк и местечковая фальсификация по сути схожи. Они едины изначально, как явление, меняющее объективность в угоду подобия правде. Именно эта опасность сегодня наблюдается в современной журналистике.

Необходимо более внимательно рассмотреть причины и мотивы возникновения, а также актуальность обращения к квазиправдивой информации.

Во-первых, как мы уже отмечали, система этатизма в российском сегменте медиасферы. Государство, влияющее, прежде всего, через бюджетное финансирование на систему средств массовой информации, может вбрасывать одну «утку» за другой, дезориентируя общественность, маскируя истинные свои цели. К примеру, американские санкции принятые Госсоветом в июне 2017 года в отношении России. Западные СМИ единодушно выдали эту новость в однонаправленном порядке: российская сторона продолжает оставаться источником угрозы миру на Украине, виновна в создании напряженности в Европе. Но буквально через несколько дней президент Трамп, находясь с визитом в Польше, лично открыл истинный смысл санкций. Штаты намерены совершить нефтяную экспансию в Европу. Устранение с рынка российских компаний является первоочередной задачей американского бизнеса [11].

В начале 90-х гг. XX века через российские СМИ был осуществлен всеохватывающий вброс информации о благах ваучеризации. В связи с этой темой до 1996 года на Южном Урале миллионными тиражами на постоянной основе выходило издание (ред. Н. Малева), рассказывающее жителям о заманчивых перспективах процесса ваучеризации. На смену этому изданию пришло еженедельное издание, выходящее миллионным тиражом «Акционер», основанное в апреле 1996 года (ред. А. Гухов), выпуск прекращен в 1997 г. В числе их учредителей значились областной комитет по управлению госимуществом, областной фонд имущества, чековый инвестиционный фонд соцзащиты населения. Однако, вся деятельность издания проходила под патронажем и контролем В. Головлева, ставшего вскоре депутатом Госдумы. В издании целенаправленно обсуждалась жизнь и деятельность работников бюджетной сферы, многочисленных сотрудников сферы общественного питания, торговли и т.д. Благодаря активной информационной поддержке указанного издания через чековый инвестиционный фонд (ЧИФ) были собраны огромные средства (ваучеры).

Во-вторых, российский опыт фейка в журналистике включает в себя трансформацию системы средств массовой информации, происходившую в периоды проведения первых выборных кампаний. Политтехнологии и пиар, их приемы моментально стали инструментами журналистов. Фальшивки с быстротой стрел летели в лагерь конкурентов, вводя электорат в полное смятение. В 90-х коэффициент доверия к сообщениям журналистов был еще высок. Достаточно вспомнить статью А. Корецкого в газете «Вечерний Челябинск» [6, с.1]. В одном предложении он «зарыл

бомбу», запустив байку (подделку) о якобы отравленной воде марки «Ариант», поскольку берется она из скважин рядом с могилами. Владелец фирмы «Ариант» на тот момент был активным политическим деятелем. Журналистский вброс естественным образом больно ударил по его имиджу и поддерживаемому им кандидату в депутаты Госдумы.

Показательна в этом отношении судьба региональной бизнес-газеты «Деловой Урал», созданной на заре развития биржевого движения в России. Она и выпускалась как средство размещения биржевых сводок по инициативе руководителя фирмы «Хорда» А. Никель. Также в издании публиковались и новости, и биржевая аналитика, и прогнозы по отраслям. Впоследствии собственником издания стал В. Кичеджи, руководитель союза предпринимателей малого и среднего бизнеса, в результате издание превратилась инструмент предвыборной борьбы. Окончательно издание перешло на службу политике благодаря деятельности депутата Государственной Думы, В. Гартунга. Фейковость стала доминирующей частью содержания издания [1]. Используя информационный потенциал издания В. Гартунг передал издание журналистам, которое в начале 2000-х годов прекратило свое существование.

В-третьих, очевидное влияние таблоидных процессов, вернее, их негативных приемов и методов работы. В погоне за сенсациями, «жареными» фактами часть южноуральских журналистов освоила опыт московских коллег (а те заимствовали у западных) по введению специальных рубрик-фейков. К ним можно отнести, например, рубрику «По слухам и достоверно». Делалось это просто: выдумывалась история, версия чего-либо, чаще всего негативного свойства, и публиковалась. Вброс состоялся, а вот о достоверности, то есть, проверке опубликованного материала руки не доходили. Обращения пострадавших в суды ничего не давали. Рубрика «По слухам и достоверно» была идеальной с точки зрения юридической безопасности и развязывала руки нечистоплотным журналистам.

Вышеназванный прием долго применялся в южноуральской вкладке федеральной газеты «Московский комсомолец». Характерно, что именно «Московский комсомолец» считается пионером внедрения таблоидных технологий в 90-х годах XX века. И касалось это не только содержания издания, но и дизайна, и верстки. До сих пор выпуски «Московского комсомольца» балансируют на грани между качественной и желтой прессой.

О взаимном влиянии этих двух типов периодической печати отмечалось в начале статьи. Используем данный тезис повторно только для развеивания мифа о том, что фейковые новости – исключительно детище технологической деформации системы функционирования новостной информации.

Исторические корни фейка искать нужно в социально-экономическом развитии цивилизации. Современная эра лишь усилила наступательность фальшивок. За счет компьютеризации скорость и визуальность новостей-подделок оказывают более сильное психологическое воздействие на потребителей информационного продукта. Действительно, «картинка» вышла на лидирующие позиции в сопоставлении с

вербальными и текстовыми сообщениями. Что, впрочем, – вовсе не революция в системе СМИ. Развитие таблоидизации с упором на иллюстрирование публикаций стало предтечей стремительного вхождения «картинок» в журналистику, в том числе, при производстве фейков.

В-четвертых, потеря средствами массовой информации относительной свободы, к которой так всегда стремилась журналистика при партийном диктате. Но, получив ее, журналисты в основе своей оказались финансово несостоятельными. Уже к середине 90-х годов прошлого столетия большинство газет регионального и муниципального уровней стало финансово зависимо либо от властей, либо от бизнесменов всех мастей. Отсутствие свободомыслия – реальная почва для скатывания СМИ современной России в сторону фейка. Как и вольное или невольное участие в битвах владельцев СМИ между собой или в споре за власть.

Только последнее пятилетие событий в Челябинской области дает массу тому подтверждений. Приведем некоторые из них. В 2013 году обострилась политическая ситуация в регионе. Журналисты телекомпании «СТС Челябинск» внезапно обрушились с резкой и масштабной критикой на губернатора области М. Юревича. Между владельцем телекомпании А. Барышевым и командой Юревича вспыхнула нешуточная ссора. На грани фола работали и журналисты обеих сторон. В конечном итоге все конфликт вылился в исключение из партии «Единая Россия» А. Барышева и появления феноменального явления для местной журналистики: на свет появились регулярные газеты-фейки, многополосные, красочные, с миллионными тиражами, где почти вся информация была фальшивкой или информационным продуктом на уровне правдоподобия (имеются в виду издания «Челябинск. Люди. События. Факты», «Южноуральская правда», «Правда и жизнь»).

Фигура М. В. Юревича в рамках данного исследования заслуживает особого внимания. Он был первым бизнесменом региона, создавшим целую империю частных СМИ. Став губернатором, заставил работать на себя и элитарные средства массовой информации, включая две областные газеты, областное телевидение, практически все районные и городские издания. Его головокружительная карьера разбилась в войне фейков, когда приближенная команда проиграла А. Барышеву и А. Аристову, финансируемым ими СМИ. Президент В. Путин подписал Указ об отстранении М. Юревича от должности. Потеряли работу и вице-губернаторы О. Грачев и А. Уфимцев, более того, против них были возбуждены уголовные дела.

Необходимо заметить, что вокруг этих людей и появились первые журналисты, которых можно назвать «фейкистами», посвятившие себя производству фейковой информации, ставшие людьми с сомнительной репутацией, специалистами по фальшивкам и вбросам в медиасфере Южного Урала. Именно когда О. Грачев в 2000 году стал главным редактором газеты «Вечерний Челябинск» с ним сотрудничали А. Корецкий, Г. Галкин, В. Филичкин и др. Они один за другим они преследовались по закону за клевету и ее распространение.

Параллельно Южный Урал с интересом следил за перипетиями столкновения губернатора М. Юревича и главного судьи области Ф. Вяткина. Конкретные причины

конфликта: столкновение экономических, финансовые интересы. Однако, для решения конфликта применялись возможности средств массовой информации. Итогом развернувшегося на страницах СМИ конфликта, стал выход на Первом канале передачи А. Пиманова «Человек и закон» в декабре 2012 года. Основная идея солидной по продолжительности передачи – злобедность судьи Вяткина и необходимости убрать его с занимаемого поста [9]. Резонанс получился колоссальным. Только уже в скором времени выяснилось, что расследование по сути, было фейковым. В изготовлении фальшивки активно участвовали местные журналисты и даже ответственные работники администрации области. Суд обязал телеканал опровергнуть информацию и принести извинения пострадавшим.

Подводя итоги необходимо заметить, что Южный Урал является и родиной российского фейк-бизнеса. В конце девяностых годов XX века и в самом начале XXI столетия южноуральцы, особенно чиновники и крупные бизнесмены, настороженно ожидали очередного номера газеты с говорящим названием «Стольник». Ее содержание было круто замешано на частичке правды и массе фейков и «разоблачало» прегрешения известных региональных лиц. Тонко сыграв на психологии людей, особенно, на опасениях огласки (кто не грешен?!) учредители «Стольника» занимались откровенным шантажом и вымогательством. Таким образом, оказалось, что фейком можно торговать, используя его как товар, как средство наживы. То есть, в качестве предварительного вывода можно отметить, что фейки бывают нескольких видов. В частности, разовые фейки, рубрики-фейки, газеты-фейки, передачи-фейки, кампании-фейки.

В-пятых, столь немодная сегодня тема об этике журналистов. Между тем именно саморегулирование средств массовой информации должно было стать непреодолимым препятствием для изготовления фейков. Корпоративные способы и средства формально выработаны, но только практически о них никто не помнит, они, буквально, канули в Лету. Профессиональные этические кодексы и независимые медийные советы (Общественная коллегия по жалобам на прессу, Большое Жюри союза журналистов России, подобные ему структуры на местах и т.д.) выглядят порою анахронизмом.

В Челябинске, пожалуй, впервые в российской юридической практике применена мера досудебной амнистии в отношении журналиста. Лишь сделка со следствием позволила избежать уголовного наказания одиозной личности, какой предстал В.Филичкин, работающий ныне редактором региональной вкладки одной из федеральных газет, выходящей на Южном Урале. Он также имел отношение упомянутому выше телефейку о судье Вяткине в передаче «Человек и закон» [9]. То есть, фейк всегда сопутствует лжи, клевете, диффамации. В описанном случае и говорить то о профессиональной этике действительно абсурдно и неуместно. Дело пахнет крутым нарушением закона. Южный Урал стал полигоном разнообразных подделок, фальшивок в журналистике. Особую пикантность ситуации придает новоявленный факт: экс-губернатор М. Юревич объявлен интерполом в розыск, обвиняется наряду со всем в подстрекательстве к клевете.

Таким образом, фейковая журналистика значительно снижает репутационный ресурс средств массовой информации. Властители дум (журналисты второй половины 80-х годов прошлого века), прошли через испытания порочным тезисом «СМИ – это четвертая власть», в конце концов, освоили конвергенцию, но умудрились возвести на трон фейк. Приходится констатировать, что средства массовой информации от объективности скатились к квазиправде. Это опасно и порочно как для журналистики, так и для всей системы общественных отношений. Однако, есть надежда, что это тенденция, которой можно положить конец. Главное, чтобы фейк не превратился в традиционную примету или, что еще хуже, не стал типовым признаком российских СМИ. В качестве одного из методов борьбы с фейком необходимо рекомендовать законодателю конструктивно встроить само понятие «фейковая журналистика» в правовое поле. На наш взгляд, это решение напрашивается в рамках таких понятий, как «моральный вред», «клевета», «диффамация». Тогда закон о СМИ будет способствовать возрождению этических норм корпорации журналистов, а иногда заставит задуматься о сохранении карьеры журналиста.

#### Литература

1. Деловой Урал. Челябинск. – 1998. – №№ 38 – 42.
2. Дзялошинский, И. Медиапространство России. Пробуждение Соляриса / И. Дзялошинский. – Москва : АПК и ППРО, 2012. – 312 с.
3. Доктор, К. Ньюсономика. Двенадцать трендов, которые меняют новости / К. Доктор. – М. : Время, 2013. – 352 с.
4. Ильченко, С. Фейковая журналистика как элемент современной шоу-цивилизации / С. Ильченко – Екатеринбург : Известия Уральского федерального университета. – Сер.1, Проблемы образования, науки и культуры. – 2016. – Т.22. – №3 (153).
5. Иссерс, О.С. Медиафейки: между правдой и мистификацией // Коммуникативные исследования. – 2014. - № 2. – С. 112 – 113.
6. Корецкий, А. Отравленная вода / А. Корецкий // Вечерний Челябинск. – 1998. – № 106. – С.1.
7. Минбалеев, А. Право массовой информации / А. Минбалеев. – Челябинск, ООО «Принт. РУ», 2008. – 12 с.
8. Универсальная журналистика : учебник для вузов / под ред. Л.Шестеркиной. – М. : «Аспект Пресс», 2016. – 480 с.
9. Человек и закон. 08.12.2012 / Человек и закон. – Режим доступа: URL: <https://goo.gl/B3LuUX> (дата обращения: 09.09.2016)].
10. Three journalists leaving CNN after retracted article / Cable News Network. Turner Broadcasting System, Inc. All Rights Reserved. URL: <https://goo.gl/SrtZx3> (дата обращения: 12.07.2017)
11. Trump to promote U.S. natgas exports in Russia's backyard / Reuters. URL: <https://goo.gl/KBtU4L> (дата обращения: 15.07.2017)
12. Univision buys 40% stake in The Onion / Financial Times. URL: <https://goo.gl/prrvEs> (дата обращения: 25.12.2016)

**СЕКЦИЯ 11. РОССИЙСКИЕ ТРАДИЦИИ И НОВЫЕ ФОРМАТЫ  
ОБРАЗОВАНИЯ**  
**SECTION 11. RUSSIAN TRADITIONS AND NEW EDUCATION FORMATS**

УДК 37.013, ББК 74.024

**Р.А. Айдаров, И.Г. Калина**  
Rustam Aydarov, Irina Kalina  
aid-rus@mail.ru

**Саморазвитие личности как приоритетная стратегия и ценность  
высшего образования**  
**Personal development as the priority strategy and the value of higher education**

*Казанский (Приволжский) федеральный университет, Набережночелнинский институт  
Kazan (Volga region) Federal University, Naberezhnye Chelny Institute*

В статье приводятся результаты исследования сущности саморазвития личности, значимости реализации данной стратегии в образовательном процессе, необходимости специального обучения и организации практики саморазвития личности. Приведена структура образовательного процесса ориентированного на стимулирование саморазвития студентов. Полученные результаты исследования позволяют перейти к осмысленному и целенаправленному программированию содержания образования в соответствии с представленной методологией.

Ключевые слова: саморазвитие личности, сущность саморазвития, компоненты саморазвития, значимость саморазвития, образовательный процесс.

The article presents the results of a study on the essence of the personal development, the significance of the implementation of this strategy in the educational process, the need for special training and the organization of the personal development practice. The structure of the educational process aimed at stimulating students' self-development is presented. The results of the study allow us to proceed to meaningful and targeted programming of educational content in accordance with the presented methodology.

Keywords: personal development, essence of self-development, components of self-development, importance of self-development, educational process.

Условия развития современного общества с происходящими в нем экономическими, социокультурными, политическими преобразованиями предъявляют новые требования к сфере образования. Выдвигается задача подготовки личностей, способных к саморазвитию.

В психологии саморазвитие личности рассматривается как фундаментальная способность человека становиться и быть подлинным субъектом своей жизни, превращать собственную жизнедеятельность в предмет практического преобразования [1, с. 17].

В педагогической науке В.И. Андреев на основе многолетнего системного исследования проблемы саморазвития личности этот феномен определяет следующим образом. Творческое саморазвитие – это особый вид творческой деятельности субъект-субъектной ориентации, направленный на интенсификацию и повышение эффективности процессов «самости», среди которых системообразующими являются самопознание, самоопределение, самоуправление, самосовершенствование и творческая самореализация личности [2, с. 405].

Исследователь подчеркивает, что этот процесс является творческим. Творчество направленное не на внешнюю предметную деятельность, а на самого себя. В процессе работы над собой человек в соответствии с интересами общества и самой личности созидает самого себя, создает свои личностные качества, сущностные силы и способности на более высоком уровне решать жизненно важные творческие задачи и проблемы.

Таким образом, феномен саморазвитие личности является многокомпонентным, он представляет собой интегративный результат функционирования вышеобозначенных процессов «самости».

Близким по содержанию к понятию «саморазвитие» является понятие самовоспитание. Проблеме самовоспитания в своих исследованиях большое внимание уделяли многие педагоги и психологи: Е.А. Климов, А.Г. Кочетов, В.И. Андреев, В.В. Байлук, П.Н. Осипов и другие.

П.Н. Осипов самовоспитание характеризует как высшую форму саморазвития [3]. В.В. Байлук самовоспитание осмысливает как процесс внутренней работы над самим собой с целью производства личностных качеств [4]. А.Г. Ковалев определяет самовоспитание как целенаправленную, сознательную и систематичную работу над собой с тем, чтобы обеспечить такой уровень развития собственной личности, который бы отвечал общественным требованиям и личному идеалу. По мнению В.И. Андреева понятие самовоспитание не заменяет понятие саморазвитие, а является его одним из компонентов [2, с. 405].

Процесс саморазвития охватывает все сферы личности: мотивы (потребности), интеллектуальную, эмоциональную, волевую стороны. Как подчеркивает В.И. Андреев, самое главное, процесс саморазвития поднимает на новый уровень функционирования самопроцессов личности: самопознание, самоопределение, самоуправление, самореализацию, самосовершенствование, как специфические виды человеческой деятельности, которым можно и нужно обучать.

О значимости овладения саморазвивающей деятельностью говорили многие выдающиеся педагоги. Так П.П. Блонский видел задачу преподавателя не столько в том, чтобы дать образование и воспитание, сколько в том чтобы «развить способность к самообразованию и самовоспитанию». В.А. Сухомлинский на основе многолетнего опыта определил, что самовоспитание это крепкий фундамент воспитания, а не что-то вспомогательное. А.Ф. Дистерверг, который видел конечную цель всякого воспитания в воспитании самостоятельности посредством самодеятельности. Он отмечал, что образование и воспитание достигает своей цели тогда, когда у личности появляется способность, сила и воля, самого себя образовывать и воспитывать.

В современной педагогической науке справедливо отмечается, что решение задачи в подготовке конкурентоспособных, востребованных на рынке труда, мобильных специалистов невозможно вне единства образования и самообразования, воспитания и самовоспитания [3, с. 198].

Продуктом саморазвивающей деятельности становится личная и профессиональная субъектность, самопроизводство социальных, духовных и физических качеств. Это достигается благодаря тому, что личность становится педагогом для самой себя [4].

Формирование творчески саморазвивающейся личности, как осознается в современной педагогической науке, становится не только приоритетной, но системообразующей целью образования, отвечающей прогностическим ожиданиям соответствующей реальным вызовам социокультурной ситуации в мире. Поэтому, высказывается мнение о том, что знаниево-ориентированная модель образования не может решить данную проблему [5-8].

В свете сказанного, актуализируется развитие концепции субъект-ориентированного образования на основе законов творческого саморазвития личности. Эта концепция опирается на принцип гарантированности качества образования. «Только такое образование можно считать образованием гарантированного качества, которое переходит в самообразование. При этом обучение переходит в самообучение, воспитание в самовоспитание, а личность из состояния развития в фазу творческого саморазвития» [2, с. 262].

Итак, перед педагогическим сообществом встает задача создания условий для творческого саморазвития личности. И прежде всего, возникает необходимость целенаправленного обучения саморазвивающей деятельности, для овладения инструментами самопознания, самоопределения, самоуправления, самосовершенствования и самореализации [1-6]. Обобщение литературных источников позволило нам спроектировать модель построения образовательного процесса, ориентированного на обучение и реализацию практики саморазвития личности.

**Содержание образовательного процесса (воспитания и обучения) в предметной деятельности, ориентированной на стимулирование саморазвития личности**

Этапы саморазвития	Основная цель этапа	Содержание обучения на этапе	Практика саморазвития на этапе
Самопознание (Каков я? Над чем необходимо работать?)	Самодиагностика уровня развития	Овладение инструментами самопознания, нормами уровня развития, оценочным знанием о своем развитии	Сравнительный самоанализ личного уровня развития с эталонным. Осознание необходимости работы над собой
Самоопределение (выработка Я-концепции); (Каким я хочу быть?); (Над чем работать для соответствия личному идеалу?)	Определение личностно значимых смыслов саморазвития	Усвоение смыслоформирующих знаний о значимости саморазвития	Смысловое самоопределение процесса саморазвития. Формирование личного идеала (приобщение к ценностному потенциалу саморазвития)

Самоуправление (Как управлять процессом саморазвития?)	Самоуправление процессом саморазвития	Обучение самоуправлению: целеполаганию, планированию, самоконтролю, самооценке, самоотчету	Осуществление целеполагания, программирования, самоконтроля, самоанализа
Самосовершенствование (работа над своим уровнем развития)	Осуществление программы саморазвития	Овладение инструментами саморазвития (знаниями, умениями, навыками)	Осуществление программы саморазвития
Самореализация	Презентация уровня саморазвития	Обучение самопрезентационной деятельности	Показ уровня саморазвития. Участие в соревновательной, конкурсной деятельности различного уровня

Таким образом, обобщая вышеизложенное, образование ориентированное на стимулирование творческого саморазвитие личности является приоритетной целью и ценностью высшего образования, существенно дополняет и совершенствует его.

Литература:

1. Богдан Н.Н., Балганова Е.В., Бушуева И.П. Управление саморазвитием: учеб. пособие. СибАГС. 2013. 100 с.
2. Андреев В.И. Педагогика высшей школы. Инновационно-прогностический курс. Казань. 2005. 500 с.
3. Осипов П.Н. Воспитание и самовоспитание конкурентноспособных специалистов как приоритет современного образования // Вестник Казанского технологического университета. 2013. № 16. С. 198-204.
4. Байлук В.В. Воспитание и самовоспитание / Педагогическое образование в России. 2014. № 1. С. 156-159.
5. Андреев В.И. Законы творческого саморазвития как основания концепции субъект-ориентированного образования // Вестник Казанского технологического университета. 2013. № 16. С. 13-16.
6. Андреев В.И. Педагогическая эвристика для творческого саморазвития многомерного мышления и мудрости. Казань: Центр инновационных технологий. 2015. 288 с.
7. Калина И.Г., Айдаров Р.А. Подходы к формированию интеллектуального компонента физической культуры личности // Социально-экономические и технические системы: исследование, проектирование, оптимизация. 2015. № 1 (64). С. 80-89.
8. Айдаров Р.А., Петров П.К. Методологические основания проектирования ценностно-ориентированных дидактических средств формирования физкультурной компетентности. Гуманитарное образование и наука в техническом вузе. 2017. С. 778-784.

**Перспективы формирования творческой способности специалиста при трансформации образования на основе инновационного механизма развития**  
**Prospects of formation of creative ability of the expert at transformation of education on the basis of the innovative mechanism of development**

*Шахтинский автодорожный институт (филиал) ЮРГПУ(НПИ) им. М.И. Платова*  
*Road Shakhtinsky Institute (branch) SRSPU (NPI) named after M.I. Platov*

Современное состояние образования характеризуется как процесс парадигмальной трансформации, который должен стать основанием политики модернизации. Инновационный механизм развития образования может составить основание для проектирования инновационной деятельности, обеспечивающей парадигмальный переход в образовании, как деятельности по реализации инновационного потенциала образовательного пространства в качестве условия формирования творческих способностей специалиста.

Ключевые слова: образование, инновации, трансформация, творчество, культура, профессиональная культура специалиста.

The current state of education is characterized as a process of paradigm transformation, which should be the basis of modernization policy. The innovative mechanism of development of education can form the basis for the design of innovative activities that provide a paradigm shift in education as an activity for the implementation of the innovative potential of the educational space as a condition for the formation of creative abilities of the specialist.

Keywords: education, innovation, transformation, creativity, culture, professional culture of a specialist.

В процессе теоретического анализа проблемы соответствия образовательного пространства высшей школы перспективным задачам формирования творческой способности специалиста полностью оправдал себя подход к осмыслению образования, в условиях перехода к постиндустриальной цивилизации, как к одному из немногих естественно восполняемых ресурсов развития человеческого сообщества. Именно такое отношение к образованию определяет потребность его парадигмальной трансформации как одного из основных каналов приращения интеллектуальных возможностей человечества в целом и отдельно взятых обществ и государств [1, 2].

Образование, являясь ведущим институтом социализации, призвано обеспечить процесс качественного преобразования личности. Следовательно, приоритетной задачей образования является развитие и формирование у человека таких способностей, которые позволили бы ему не только комфортно адаптироваться к быстро изменяющимся социальным условиям, но и создавать новое социальное пространство. Таким образом, творческие потенции человека непосредственно связываются с его инновационными способностями.

К тому же сама социальная практика, динамика изменений условий, в которых происходит самореализация молодого специалиста, убедительно свидетельствует о взаимопереплетении творчества и инноваций в профессиональной культуре. Именно поэтому изначально поставленный в исследовании вопрос о том, насколько образовательное пространство вуза сегодня способно решать проблему

формирования этих качеств профессиональной культуры, стал действенным ориентиром организации исследовательского поиска.

Для реализации в полной мере потребности в инновационном механизме развития, российское высшее образование должно вернуться к пониманию своего особого статуса как социально-культурного явления, на долю которого выпадают две традиционно сложившиеся и частично утраченные роли: первая – классическая, связанная с подготовкой современного специалиста, способного работать в условиях динамичного принятия нестандартных решений; вторая – человекотворящая, которая не менее важна, чем первая, особенно в связи с усилением противоречивости национального сознания, ростом разрушительных тенденций, отрицающих самобытность и смысл отечественной культуры и истории, резким социальным расслоением общества. Именно образование, понимаемое как социокультурный феномен, предлагает в качестве обязательных целевых слагаемых профессиональный и человекотворящий аспекты.

Поскольку способом трансформации образования, обеспечивающим его переход на новые парадигмальные основания, является инновация, то достаточно острой становится проблема взаимоотношения инновации и творчества, поскольку далеко не всегда инновация как способ внедрения некоторого новшества представляет собой творческий процесс. Так, внедрение «нового», снятого под копирку с действительной и результативной инновационной деятельности, представляет собой стереотипное воспроизводство алгоритма переноса, весьма далекого от творчества.

Инновационная деятельность, с позиции ряда исследователей, справедливо определяется как метадеятельность (деятельность как способ обеспечения характера других деятельностей), направленная на преобразование всего комплекса личностных средств субъекта, обеспечивающих не только адаптацию к быстро меняющейся социальной и профессиональной реальности, но и возможность воздействия на нее. В то же время и природа творческого человека лежит не столько в плоскости создания нового продукта, сколько в способности к такому самоизменению, в результате которого и может возникнуть новый продукт. Творчество выступает здесь не просто в качестве некоторой предзаданной способности человека, а скорее как специфическое социальное качество, порождающее характер любой, в том числе и профессиональной, деятельности.

Разворот образования к проблеме формирования творческого как качественной характеристики профессиональной культуры специалиста вполне совпадает с новыми тенденциями проявления социокультурной миссии высшей школы, которая оформляется таким образом, что на смену «формированию специалиста» приходит «содействие появлению образованного человека». С этой точки зрения система образования в России уже не может ограничиваться просто трансляцией социокультурных норм и готового научного знания. Ее назначение состоит в формировании у индивида способности ориентироваться в сложном социальном мире и умения найти для себя нишу, в которой он сможет осуществить свою самую высшую потребность – актуализировать свои творческие потенциалы.

Это в свою очередь требует пересмотра всей организации системы высшего профессионального образования, начиная от проектируемого результата в виде гуманитарно-ориентированной модели специалиста, заканчивая созданием специально организованного пространства социализирующей деятельности, обладающего способностью формирования субъектной, творчески самостоятельной личности.

Образование, как специфический канал культурной трансляции, не может ограничиваться лишь воспроизводящей деятельностью. Именно производящая составляющая может достраивать целостность образовательного пространства до целостности культуры. Если это так, то принцип культуросообразности определяет общий способ организации как образования в целом, так и отдельных образовательных систем. Культура в целом может стать объектом педагогического осмысления, наиболее общей моделью организации целостного, научно обоснованного культуросообразного образовательного пространства, которое способно предоставить всю полноту дидактических возможностей для свободного развития культуры мышления. Именно в культуросообразном образовательном пространстве среди целей выделяются те, которые способствуют оптимальному взаимодействию триады ценностей: «личность – культура – творчество». Отсюда основным ориентиром выступает развитие культуротворческой миссии личности.

Инновацией, обеспечивающей становление и развитие творческой, и является создание условий индивидуализации образовательных траекторий. На целостность образовательного пространства оказывает влияние и размежевание учебной и воспитательной составляющих образовательного процесса, которые разошлись не только технологически, но и по отношению к ним основных акторов образования, низкий авторитет воспитательной работы среди преподавателей находит отражение и в исследовании их типологии.

Исследования показывают, что одним из основных препятствий успешного парадигмального перехода служит принципиальная разница позиционирования участников образовательного процесса по принципу субъектности.

Рассматривая проблему индивидуализации образовательных траекторий, необходимо обозначить принципиальное отличие самого способа организации образовательного взаимодействия. Однако одним из самых серьезных препятствий на пути индивидуализации образовательных траекторий является отсутствие должного взаимопонимания между преподавателем и студентом.

Происходит смена оснований системы и принципов ее функционирования. В этих условиях возникает потребность в специально создаваемой системе управления образованием, которая не только удерживает предмет управления – образование, но и обеспечивает сущностную смену самого предмета от формирующей, информационно-знаниевой его сущности к развивающей. Тем самым утверждается творчество не только как цель подготовки специалиста, но и как способ управленческого сопровождения образовательного процесса.

#### Литература

1. Беликова С.С. Новая образовательная парадигма как фактор изменения содержания управления профессиональной культурой будущего специалиста // Формирование профессио-нальной культуры специалистов XXI века в техническом университете: сб. науч. трудов 15-й Всероссийской науч.-практ. конф. 24-26 марта 2015 г. – СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2015. – С. 6-9.
2. Беликова С.С. Управление инновациями в образовании как фактор экономического роста // Формирование профессиональной культуры специалистов XXI века в техническом университете: сб. науч. трудов 15-й Всероссийской науч.-практ. конф. 24-26 марта 2015 г. – СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2015. – С. 10-13.

УДК 37.025, ББК 60.0

Е.А. Балабанова  
Elena Balabanova  
umlmkmlab@gmail.com

### **Развитие общекультурных компетенций студентов гуманитарных направлений подготовки средствами музыкально-компьютерных технологий** **Opportunities musical-computer technologies in development cultural competencies of students**

*РГПУ им. А.И. Герцена*  
*Herzen State Pedagogical University*

Статья посвящена проблемам формирования педагогической культуры студентов — бакалавров педагогического вуза гуманитарных направлений подготовки средствами музыкально-компьютерных технологий.

Ключевые слова: музыкально-компьютерные технологии, общекультурные компетенции, высшее образование.

The article is devoted to the problems of formation of pedagogical culture of students - bachelors of pedagogical university of humanitarian directions of preparation by means of music and computer technologies

Keywords: musical - computer technologies, general cultural competence, higher education.

В настоящее время, становится актуальной проблема формирования педагогической культуры студентов — бакалавров педагогического вуза. В современной научной мысли преобладают исследования двух основных направлений — культуры общества (социума) и культуры личности [1]. Культура общества рассматривается как особый социальный механизм накопления, хранения, преобразования и трансляции информации, представляющей социальную ценность. Если же говорить о культуре личности, то под этим понимается система знаний, взглядов, убеждений, умений, навыков, способствующая использованию человеком накопленной информации и трансформирующая ее во все аспекты его жизнедеятельности [2].

На сегодняшний день педагогическая культура студента — бакалавра педагогического образования (по направлению «44.03.01 – Педагогическое образование») как понятие становится предметом особого внимания исследователей. И это вполне оправданно, поскольку проблема формирования педагогической культуры человека касается в первую очередь преподавателя, его собственной

культуры в этой области, так как педагог может рассматриваться как своеобразный источник, наставник, управляющий в деле становления культуры поколений.

Высшее образование не должно ограничиваться лишь трансляцией профессиональных знаний, но всячески должно способствовать воспитанию в студентах навыков адаптивности и гибкости. Университет стремится дать студентам междисциплинарные навыки в сочетании с знаниями современных технологий, которые помогут будущим учителям проявить себя в профессионально-педагогической деятельности как творческих креативных компетентных специалистов.

В РГПУ им. А. И. Герцена под управлением И.Б. Горбуновой создана учебно-методическая лаборатория «Музыкально-компьютерные технологии», где каждый студент, оказавшись однажды, хочет задержаться всегда. В нашем исследовании интерес студентов и их стремление в саморазвитии, позволил определить возможные пути профессионального развития будущих педагогов средствами музыкально-компьютерных технологий через разработку общеуниверситетского курса по выбору «Музыкально-компьютерные технологии в профессиональной деятельности будущих педагогов». На данный момент лаборатория располагает всем необходимым инструментарием для вовлечения студенческой молодежи в музыкально-компьютерную среду. На факультативных занятиях по культурно-просветительской деятельности, студенты приобщаются к созданию творческих проектов, в том числе отражающих их будущую профессиональную деятельность, проявляют интерес к созданию музыкальных композиций, видео ряда, озвученного ими же самостоятельно или при помощи педагога. Особый интерес у студентов вызывают возможности музыкально-компьютерных технологий, заключающейся в записи, обработке, сведении музыкальной палитры, что позволяет им раскрыть свой творческий потенциал, проявить способности, скрытые таланты, по-другому взглянуть на образовательный процесс в вузе.

Анализ предпочтений студентов различных факультетов Российского педагогического университета им. А.И. Герцена (среди которых факультет социальных наук, факультет изобразительных искусств, институт компьютерных наук и технологического образования институт иностранных языков и институт детства) выявил у студентов потребность в саморазвитии через новый вид деятельности – включение в соиздание музыки в процессе освоения азов классической гармонии средствами музыкально-компьютерных технологий [3].

Содержание программы включает в себя 2 раздела:

Первый раздел программы позволит студентам узнать о феномене музыкально-компьютерных технологий, об их возможностях в образовательном процессе. О возможностях применения музыкально-компьютерных технологий в будущей педагогической деятельности. Основы музыкальной информатики, физики, математики в применении музыкально-компьютерных технологий в образовании. Познакомится с музыкально-компьютерным инструментарием: музыкальным компьютером, электронным музыкальным инструментом, виртуальной студией

звукозаписи. Узнать и в последующем применять основные аппаратные и программные составляющие музыкально-компьютерных технологий.

Второй раздел направлен на применение полученных знаний для реализации творческого потенциала будущих педагогов средствами музыкально-компьютерных технологий. Включает такие виды деятельности как создание электронного профессионально-педагогического портфолио и создание творческого проекта с использованием музыкально-компьютерных технологий.

Программа позволит студентам раскрыть новые грани личности, овладеть навыками самопрезентации, проявить активную жизненную позицию в стенах университета и будущей педагогической деятельности. Восполнить недостаток музыкальных знаний, поднять культурный уровень, расширить кругозор, быть в центре событий. На сегодняшний день многие студенты, занимающиеся на факультативных занятиях в учебно-методической лаборатории «Музыкально-компьютерные технологии», применяют полученные знания для достижения высоких результатов в университетских конкурсах, фестивалях, на выставках научных достижений. Проекты, созданные в лаборатории, студенты продолжают наполнять мультимедийным контентом до конца обучения и презентуют в качестве дипломных и курсовых работ, наполняя основным содержанием будущей профессионально-педагогической деятельности, совершенствуя проект изысками музыкальной палитры, основанной на использовании музыкально-компьютерных технологий.

Необходимость удовлетворить потребность в признании, самореализации и саморазвитии является неотъемлемой частью жизни каждого человека. Под действием этих мотивов человек создает письменность, музыку, искусство и науку, а педагог несет это в массы, закладывая в подрастающем поколении основы культурных ценностей.

#### Литература:

1. Попов Е.А. Культура, общество и человек в объектно-предметном поле современной социальной культурологии и социологии культуры // *Философская мысль*. 2013. № 3. С.170-204.
2. Ярычев Н.У. Роль инноваций в трансформации современной науки // *Сборник статей Международной научно-практической конференции: в 6 частях*. 2017, ч.1. С.176-178
3. Шалаева Е.А. Развитие общекультурных компетенций студентов с использованием музыкально-компьютерных технологий // *Мир науки, культуры, образования*. 2016. № 5 (60). С. 230-233.

## **Музыкально-компьютерные технологии в подготовке композиторов Music computer technologies in the training of composers**

*РГПУ им. А.И. Герцена, Санкт-Петербург, Россия  
Herzen State Pedagogical University of Russia, St. Petersburg*

Преподавание музыкальных дисциплин с применением музыкально-компьютерных технологий (МКТ) открывает новое направление в деятельности педагога-музыканта, которое может быть реализовано на всех уровнях музыкального воспитания и образования - как при подготовке профессионала, так и любителя музыки. В статье обсуждается ряд аспектов использования МКТ на лекционных и практических занятиях по анализу оркестровых произведений и инструментовке в процессе подготовки композиторов в творческом вузе.

Ключевые слова: композиция, инструментовка, музыкально-компьютерные технологии, коммуникативный подход.

Teaching music disciplines with the use of music computer technologies (MCT) opens a new direction in the activities of the teacher-musician, which can be implemented at all levels of musical education and education - both in the preparation of a professional and a music lover. The article discusses a number of aspects of the use of MCT in lectures and practical classes on the analysis of orchestral works and instrumentation in the process of training composers in the creative University.

Keywords: composition, instrumentation, music computer technologies, communicative approach.

В настоящее время музыкально-компьютерные технологии (МКТ) [1; 2; 3] становятся необходимыми в деятельности композитора, аранжировщика, музыкального оформителя, редактора и все шире применяются в преподавательской деятельности. Информационные технологии в музыке [4; 5; 6] становятся реальным достоянием музыкальной культуры и фактором ее развития, что влечет за собой изменение основы профессионализма музыканта, необходимость пересмотра конкретных педагогических способов наследования музыкальной культуры, органичного взаимодействия новых образовательных структур с традиционной системой образования.

Преподавание музыкальных дисциплин с использованием МКТ открывает новое направление в деятельности педагога-музыканта, которое может быть реализовано на всех уровнях музыкального воспитания и образования - как при подготовке профессионала, так и любителя музыки. Ведение профессиональной деятельности на основе МКТ позволяет существенно расширить область применения ранее полученной музыкальной специальности в педагогической и творческой работе, в высших и средних профессиональных образовательных учреждениях (подробнее изложено в работах [7; 8; 9]).

Традиционные методы, приемы, методики, используемые в музыкально-педагогическом образовательном процессе, ориентированные на изучение традиционных музыкальных дисциплин, получают дальнейшее развитие с использованием МКТ, особенно при изучении таких дисциплин, как анализ оркестровых партитур и инструментовка.

Очень важным является момент исполнения произведения на музыкальном компьютере [10; 11; 12]. Это не только некий итог всего предшествующего этапа сочинения, наступающий значительно раньше, чем в «реальной» жизни, но и большая помощь при работе над сочинением. Прослушать записанное оказывается возможным на любом из этапов творческого процесса – будь то одна тема соло или законченный оркестровый эпизод.

Возможности нотного редактора с использованием современных высококачественных сэмплов помогут максимально приблизить оркестровое произведение к его живому исполнению. Такая перспектива в руках опытного педагога - очень хороший инструмент для творчества. До появления МКТ, на занятиях инструментовки и анализа оркестровых произведений для передачи знаний педагоги использовали бумажные партитуры и фортепиано. Студенты могли увидеть музыкальный материал, который в некоторых случаях, особенно в партитурах позднего романтизма и в произведениях композиторов середины и конца прошлого столетия, доходил до огромного количества оркестровых партий, а оркестровая ткань содержала сложные темброво-функциональные комбинации. Исполнение того или иного произведения всегда зависело от фортепианных способностей педагога. В наши дни с помощью нотных редакторов, MIDI-визуализаторов и нотных редакторов вместе с использованием высококачественных сэмплов можно значительно улучшить и интенсифицировать процесс восприятия студентом музыкального материала на занятиях по анализу оркестровых партитур и инструментовке. Исполнение оркестровой партитуры максимально приближается к живому звучанию тембров со всеми штриховыми и динамическими оттенками, а визуально-графическое воплощение позволяет воспринимать ее более эффективно. Возможность комбинировать оркестровые партии при воспроизведении музыкального материала по разным параметрам, например, по тематическому, динамическому, штриховому, гармоническому, тембровому регистровому и другим признакам дает возможность педагогу проанализировать и продемонстрировать более детально оркестровые приёмы композиторов. Таким образом, студенты могут составить более точное представление об оркестровых стилях композиторов разных эпох, разбирая в деталях их оркестровые приемы.

С помощью МКТ-программ можно легко выделить эти функции из общей оркестровой ткани, показать у каких инструментов они находятся, показать их тембральное звучание по отдельности или вместе, продемонстрировать их графически (нотный редактор, клавишный редактор) и акустически (сэмплы). Возможность озвучивать инструменты в родном тембре, «включать» и «выключать» партии инструментов, комбинировать их между собой с помощью, исходя из педагогической задачи.

МКТ в руках опытного педагога-композитора - бесценный методический инструмент, с помощью которого на лекционных и практических занятиях по анализу оркестровых произведений и инструментовке значительно расширяется диапазон художественных средств, сами занятия становятся более увлекательными и

интересными, соответствуя возможностям художественного и образовательного контента, включающего современные средства коммуникации [13; 14] и технологии создания творческих проектов.

#### Литература

1. Горбунова И.Б. Музыкально-компьютерные технологии как новая обучающая и творческая среда // В сборнике: Современное музыкальное образование-2002: материалы Международной научно-практической конференции. Российский государственный педагогический университет им. А.И. Герцена, Санкт-Петербургская государственная консерватория им. Н.А. Римского-Корсакова / Под общ. ред. И.Б. Горбуновой. 2002. С. 161-169.
2. Горбунова И.Б., Родионов П.Д., Романенко Л.Ю. Музыкально-компьютерные технологии в формировании информационной компетентности современного музыканта // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Гуманитарные и общественные науки. 2013. № 1 (167). С. 39-45.
3. Горбунова И.Б. Музыкально-компьютерные технологии как новая образовательная творческая среда // В сборнике: Актуальные вопросы современного университетского образования. Материалы XI Российско-Американской научно-практической конференции. 2008. С. 163-167.
4. Горбунова И.Б., Заливадный М.С. О значении информационных технологий для современной экспериментальной эстетики (музыкально-теоретический аспект) // В сборнике: Субкультуры и коммуникативные стратегии информационного общества. Труды Международной научно-теоретической конференции. Отв. за выпуск О.Д. Шипунова. 2014. С. 97-100.
5. Горбунова И.Б. Информационные технологии в музыке // В сборнике: Современное музыкальное образование – 2010: Материалы международной научно-практической конференции. Российский государственный педагогический университет им. А.И. Герцена, Санкт-Петербургская государственная консерватория им. Н.А. Римского-Корсакова / под общ. ред. И.Б. Горбуновой. 2011. С. 128-131.
6. Горбунова И.Б. Информационные технологии в музыке и музыкальном образовании // Мир науки, культуры, образования. 2017. № 2 (63). С. 206-210.
7. Горбунова И.Б., Камерис А. Концепция музыкально-компьютерного образования в подготовке педагога-музыканта: монография / Санкт-Петербург, 2011.
8. Горбунова И.Б., Заливадный М.С. Экспериментальная эстетика: композиционные и педагогические проблемы современного этапа компьютерного музыкального творчества // Теория и практика общественного развития. 2014. № 21. С. 289-293.
9. Горбунова И.Б., Заливадный М.С. Музыкально-теоретические воззрения Леонарда Эйлера: актуальное значение и перспективы // Вестник Ленинградского государственного университета им. А.С. Пушкина. 2012. Т. 2. № 4. С. 164-171.
10. Белов Г.Г., Горбунова И.Б. Музыка и кибернетика // Музыка и время. 2016. № 11. С. 25-32.
11. Горбунова И.Б. Музыкальный звук: монография. Санкт-Петербург, 2006.
12. Горбунова И.Б. Музыкальный компьютер: моделирование процесса музыкального творчества // Мир науки, культуры, образования. 2017. № 4 (65). С. 145-148.
13. Философия коммуникации. Теоретико-методологические аспекты. Шипунова О.Д., Клягин С.В., Кузнецов Д.И., Антонова И.Б., Березовская И.П., Гиренок Ф.И., Гранин Ю.Д., Жукова Е.Н., Калмыков А.А., Мурейко Л.В., Романенко И.Б., Романенко Ю.М., Серкова В.А., Ростова Н.Н., Осипова Е.А. Санкт-Петербург, 2017. 272 с.
14. Философия коммуникации: проблемы и перспективы. Биби С., Сиберс Й., Антонова И.Б., Гиренок Ф.И., Березовская И.П., Гнатюк О.Л., Жукова Е.Н., Калмыков А.А., Клюканов И.Э., Клягин С.В., Коломейцев И.В., Кулсариева А.Т., Лукьянова Н.А., Мурейко Л.В., Протасенко И.Н., Сафонова А.С., Суший Е.В., Фелл Е.В., Фомин А.П., Штейнман М.А. и др. / Под редакцией С.В. Клягина, О.Д. Шипуновой. Санкт-Петербург, 2013. 260 с.

**Методическое обеспечение интернет-образования: традиции vs новшества**  
**Methodical maintenance of online education: tradition vs innovation**

*Северо-Западный институт управления – филиал РАНХиГС (Санкт-Петербург)<sup>1</sup>*

*Петербургский государственный университет путей сообщения Императора Александра I (Санкт-Петербург)<sup>2</sup>*

*North-West Institute of Management – branch of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration (St. Petersburg)*

*Emperor Alexander I St. Petersburg State Transport University (St. Petersburg)*

В статье представлен анализ специфики современной дистанционной формы образования на основе использования интернет-технологий. Применение современных технологий в образовании меняет повседневность, становится ее частью, что обеспечивает создание безбарьерного информационного и образовательного пространства. Данные обстоятельства позволяют личности, получающей образование, принимать на себя роль «менеджера» по выбору и формированию образовательной траектории. Современные интернет-ресурсы предоставляют большие возможности для самопрезентации педагога и обучающегося, для оперативной смены методического сопровождения, предотвращающих рутинизацию образовательного процесса, а именно: создавать «виртуальный класс (аудиторию)», формировать «дерево» учебного курса и организовывать пошаговое его освоение, выкладывать текстовые, табличные, графические, видео- и аудиоматериалы, гиперссылки на первоисточники информации, проводить веб-лекции, веб-дискуссии, отвечать в различной форме на комментарии и вопросы, возникшие в процессе онлайн обучения, проводить индивидуальные консультации, создавать тестовые задания, вести контроль обучения посредством электронного журнала, осуществлять запись занятий, проводить онлайн опросы, организовывать электронную библиотеку по курсу и по теме. В связи с этим возникает необходимость конструирования образовательных интернет-ресурсов и их контента с соблюдением методических принципов и приемов, которые обеспечивают преемственность с традициями образования.

Ключевые слова: e-learning; online-образование, дистанционное образование; образовательное пространство; интернет-технологии; методика.

The article presents an analysis of the specifics of modern distance education based on the use of Internet technologies. The use of modern technologies in education changes the everyday life, becomes a part of it, which ensures the creation of a barrier-free information and educational space. These circumstances allow the person receiving an education to assume the role of a “manager” for choosing and shaping an educational trajectory. Modern Internet resources provide great opportunities for the teacher’s and the student’s self-presentation to quickly change the methodological support to prevent the educational process from becoming routine, namely to create a “virtual classroom (audience)”, form a training course tree and organize its step-by-step development, spread it out text, tabular, graphic, video and audio materials, hyperlinks to primary sources of information, conduct web lectures, web discussions, respond to comments in various forms issues arising in the process of online training, to conduct individual counseling, to create test questions, conduct training control via the electronic journal, make entries classes, conduct online surveys, organize an electronic library by course and topic. In this regard, there is a need to design educational online resources and their content in compliance with the methodological principles and techniques that ensure continuity with the traditions of education.

Keywords: e-learning; online education, distance education; educational space; Internet technologies; technique.

Стремительные изменения в жизни общества – цифровизация экономики, автоматизация и информатизация производства, интернетификация и виртуализация

социокультурной сферы – закономерно формируют представления о происходящем, как об исключительно подвижных и неповторимых явлениях социальной реальности. Социальная реальность трансформируется, приобретает новые очертания опосредованности и виртуальности для человека благодаря активно внедряемым интернет-технологиям. Их распространение преобразует отношения, деятельность людей, формирует новое содержание и формы взаимодействия. На этом фоне особенно очевидна скорая потеря актуальности уходящих в прошлое традиций и имплементация инновационных технологий. Подобные изменения происходят и в системе образования. Традиционные формы отношений (учитель-ученик) и обучения (урок), формирующие триединство трансляции знаний и опыта как основы образовательной системы, подвергаются перестройке и уступают место отношениям «ведущий-участник» и формам «вебинар» и «он(оф)-лайн урок». Дистанция социальная заменяется на технологическую и пространственную, а привычные представления о наставническом характере образования на префигуративный контекст трансляции знаний и опыта. Но все ли так различимо? Что и насколько трансформируемо в образовательной деятельности в результате использования интернет-технологий?

Обратившись к истории вопроса организации и внедрения в образовательную сферу дистанционных форм организации обучения, мы обнаружили, что эта форма образования является далеко не новой. Так, официальная формально-регламентированная форма образования с дистанционным обучением, аттестацией знаний и получением итогового документа о приобретенной квалификации существовала вполне успешно и до внедрения интернет-технологий в образовательный процесс [1; 2; 3]. Основным связующим звеном между организатором образовательной деятельности и потребителем являлись почтовые услуги. После внедрения интернета в повседневную жизнь появилась альтернатива старым способам доставки учебных материалов и обратной связи со студентами.

В настоящий момент мы можем определить такие модели дистанционного образования [4].

1. Традиционная (заочная) модель, ориентированная на самостоятельную работу студентов и ограничивающая их взаимодействия с преподавателями, предполагающая проведение установочных лекций, а затем продолжение самостоятельной работы по выданным комплектам методического обеспечения.

2. Модель с фрагментарным использованием информационно-коммуникационных технологий. В этом случае учащийся самостоятельно работает с комплектом учебно-методического обеспечения, которое частично представлено в электронном виде (диски как носители информации, файловые документы, образовательные сайты). Взаимодействие педагога и обучающегося осуществляется с помощью различных видов связи.

3. Электронная модель, обеспечивающая получение по электронной почте учебно-методического обеспечения и самостоятельное его изучение. Заметим, что в

этой модели также отсутствует персонификация взаимодействия субъектов деятельности.

4. Комбинированная модель, сочетающая в себе несколько форм взаимодействия педагога и студента, различные способы преподнесения учебного материала, его углубления и закрепления, а также контроля полученных знаний.

Модернизационный эффект современных интернет-технологий в образовании можно обнаружить в трех аспектах. Во-первых, в настоящее время интернет-технологии – это элементы современной жизни, они стали частью повседневности, участниками социокультурной среды, в которой протекает жизнь и деятельность личности, и активные инструменты социокультурных процессов. Интернет-технологии моделируют общество, социокультурную среду, сознание личности, придают динамизм событиям жизни. Поэтому данный аспект определяет содержательную сторону проблемы [5; 6]. Во-вторых, интернет-технологии являются элементами современной образовательной сферы, инструментами функционирования социального института образования, а также средствами получения образования индивидами. В данном контексте целесообразно рассмотрение интернет-технологий как средств установления коммуникации между участниками образовательной деятельности, функционирование которой имеет своей целью расширение и повышение образовательного уровня личности [7; 8]. В-третьих, современное использование интернет-технологий позволяет называть их и источниками информации, в которых можно почерпнуть сведения с целью самообразования и реализации принципа long-life-education. Современные интернет-технологии обладают богатым арсеналом предоставления знаний и информации, позволяющим расширять образовательные горизонты инициативных индивидов [9; 10]. Рассмотрение представленной тематики в триединстве аспектов позволит определить оптимальные методологические принципы и методические рекомендации организации дистанционного образования.

Спецификой современной цифровой эпохи является формирование единого информационного пространства, которое с помощью интернет-технологий стирает культурные, политические, экономические границы и ментальные барьеры. С другой стороны, современная модель образования с помощью интернет-ресурсов формирует индивидуальное образовательное пространство как пространство инициативы и ответственности. Эффективность применения информационных технологий в индивидуальном образовательном пространстве определяется способностью субъекта к самостоятельной познавательной-образовательной деятельности. Личность при таком подходе выступает в роли «архитектора» и «менеджера» своей образовательной траектории и образовательного уровня [11], так как образовательная деятельность и использование интернет-ресурсов человеком как субъектом активно «образовывающимся», подчинено планируемым результатам и ценностным ориентациям, обусловленным и сформированным социокультурной средой [12]. В условиях полипарадигмальности и поликультурности образовательное пространство должно строиться в соответствии с принципом обеспечения индивидуальных

интересов личности в образовании. Поэтому использование интернет-ресурсов должно происходить, с одной стороны, с позиций стандартизации организации учебной деятельности, а с другой стороны – с учетом индивидуальных запросов обучающегося.

Обращение к анализу использования интернет-технологий в открытом образовательном пространстве показывает наличие следующих ключевых компонентов:

- «открытое» содержание подготовки студента к социально-профессиональной и личностной самореализации как результативно-целевая основа образовательного пространства [13];

- содержание образовательной среды как отражение системы работы кафедр и других структурных подразделений, обеспечивающих профессиональную, социальную и личностную самореализацию студентов (конструирование содержания учебных курсов как проекта индивидуального образовательного маршрута студента, исходя из его личных потребностей и выбранного образовательного профиля) [14];

- содержание научно-образовательной деятельности студента и преподавателя, которые в условиях открытого образовательного пространства привлекают различные ресурсы в программу своего развития (алгоритм действий студента как проекта его индивидуальной образовательной программы и деятельности преподавателя, обеспечивающих эту программу).

Вслед за особенностями функционирования образовательного пространства с использованием интернет-ресурсов можно определить основные методологические принципы организации образовательной деятельности с помощью интернет-ресурсов:

- открытость образования для субъектов деятельности,
- доступность информации,
- взаимоуважение и равноправность участников,
- свобода выбора студентом индивидуальных образовательных маршрутов,
- диалогичность взаимодействия,
- поддержание заинтересованности,
- нацеленность на сформулированный результат,
- подкрепление успешности достижения цели.

Неминуемым следствием применения интернет-технологий в образовании является отсутствие непосредственного личностного общения субъектов образовательной деятельности (в частности, преподавателя с обучающимся). Неопытный студент (пользователь ИТ), новичок в образовании, лишенный непосредственного педагогического сопровождения, может растеряться и отставать в освоении как возможностей информационного пространства, так и учебного материала. Это может проявляться в длительном и непродуктивном нахождении в образовательном пространстве в попытках реализовать образовательную деятельность, недостаточном осмыслении многозначности формулировок учебного материала и, как следствие, невозможности преобразования большого массива

информации в значимое знание. Поэтому с целью повышения эффективности использования интернет-ресурсов в образовании важно все-таки обеспечить обучающегося непосредственной консультативной помощью о содержании предмета образовательной деятельности, о методике его освоения и о технологии использования программного продукта.

Современный уровень развития информационных технологий предоставляет богатый арсенал интернет-ресурсов для дистанционного обучения. Это такие программные платформы, получившие популярность в деятельности образовательных учреждений, как Moodle, Mirapolis LMS, Adobe Captivate, Mirapolis Virtual Room, HyperMethod iWebinar, Radmin и другие [15; 16; 17; 18]. Данные средства дистанционного обучения различаются между собой деталями представления материала, организации окна интерфейса и взаимодействия с аудиторией. Но главное, что их объединяет – это то, что наряду с простотой и удобством использования они предоставляют широкий диапазон форм, средств и методов обучения. Применение упомянутых интернет-ресурсов позволяет создавать «виртуальный класс (аудиторию)», формировать «дерево» учебного курса и организовывать пошаговое его освоение, выкладывать текстовые, табличные, графические, видео- и аудиоматериалы, гиперссылки на первоисточники информации, проводить веб-лекции с неограниченным количеством слушателей, веб-дискуссии, отвечать в различной форме на комментарии и вопросы, возникшие в процессе онлайн обучения, проводить индивидуальные консультации, создавать тестовые задания, вести контроль обучения посредством электронного журнала, осуществлять запись занятий, проводить онлайн опросы, организовывать электронную библиотеку по курсу и по теме. Кроме того, интернет-ресурсы обучения в связи с обязательной авторизацией позволяют самопрезентовать участников дистанционного обучения с помощью персональных страниц и создавать портфолио достижений и успехов.

Специфика интернет-технологий в образовательной деятельности обязывает разработчиков электронных курсов придерживаться с целью повышения эффективности усвоения материала обучающимися следующих методических рекомендаций, интегрирующих современные формы образования с традиционными.

Необходимо обеспечение стандартизации учебных курсов, которые, по сути, являются отражением стандартов учебно-методических комплексов. Учебные курсы в целом и отдельные темы в рамках одного курса должны образовывать единое целое, созданное по единым правилам, подчиняющимся единой логике изложения и укомплектования. Соблюдение данной рекомендации обеспечивает простоту и ясность организации интерфейса учебного курса, ликвидацию психологических барьеров со стороны обучающихся.

Требуется структурирование учебных курсов на учебные единицы – модули. Модули могут быть дифференцированы по целям и видам образовательной деятельности, например, учебно-познавательный модуль, в котором сконцентрирован обязательный минимум знаний, подготовленный преподавателем и представляющий

остов учебного курса. Его основу составляют программа и конспекты лекций, семинаров, дискуссий, глоссарий, задания для самостоятельной работы. Модуль контроля знаний предлагает различные формы контроля знаний – тесты, контрольные работы, эссе и т.д. Контроль знаний можно дифференцировать и адаптировать под разный уровень подготовленности и знаний студентов. Модуль дополнительной информации наполняется электронными материалами и ссылками различного характера, которые превосходили бы минимальный обязательный уровень освоения темы и оказывали информационную поддержку заинтересованным студентам. Модуль научной деятельности обеспечивает методологическую поддержку научно-исследовательской деятельности студентов в рамках данного курса и темы.

Приветствуется чередование различных форм преподнесения материала, недопущение монотонности и однообразия, что обеспечивает поддержание внимания и интереса к учебному процессу. Реализация данной рекомендации возможно через актуализацию различных средств передачи информации: текст, изображение, схема, таблица, звук, речь и т.д.

Необходима также организация и поддержание «обратной связи» со студентами в процессе онлайн-занятий, а также и в другое внеучебное время. Диалогичность взаимодействия преподавателя и обучающихся происходит посредством реагирования на вопросы в чате в процессе веб-лекций, веб-дискуссий, обсуждения вопросов семинарских занятий, а также проведение веб-консультаций.

Прежде чем предложить использование в обучении интернет-ресурсов или программных продуктов дистанционного обучения, преподавателю необходимо хорошо освоить и знать эти средства обучения, продумать, какие информационные сайты обладают научными и достоверными сведениями, какие методические приемы целесообразно использовать, определить принципы структурирования материала. Педагогу следует стремиться своевременно обновлять актуальную образовательную информацию и совершенствовать владение информационными технологиями [19].

Однако, чтобы нововведения возымели планируемый положительный результат, необходимо предвидеть «подводные камни». Во-первых, доступность образования (посредством дистанционных технологий) приводит к его массовизации, что в принципе неприемлемо в высшем профессиональном образовании. «Всеобщность» приводит к формированию «образовательной попсы» [11], что ведет к снижению качества и социальной миссии образования. Следующий возможный негативный момент может проявиться в том, что дистанционные технологии – это инструмент, которым можно владеть на уровне «пользователя» и на уровне виртуоза. Безусловно, что умело используемый инструмент в руках виртуоза создаст шедевр, педагог будет выступать в роли творца-профессионала. Справедливо и обратное правило.

Таким образом, умелое использование современных интернет-технологий в образовании открывает новые возможности для коммуникации и эффективного взаимодействия субъектов образовательной деятельности, которые стимулируют самостоятельное и мотивированное обучение индивидов, формируют новые горизонты познания в открытом образовательном пространстве.

Литература:

1. E. Hertenstein. Distance learning in labor education // *Labor Studies Journal*. 1999. Vol. 23. Issue 4. Pp. 3-16.
2. G. E. Miller. Distance education and the emerging learning environment // *Journal of Academic Librarianship*. 1997. Vol. 23. N. 4. Pp. 319-321.
3. Z. Kotevski, A. Milenkoski. Are Free Internet Technologies and Services the Future of Synchronous Distance Learning? // *Turkish Online Journal of Distance Education*. 2018. Vol. 19. N. 3. Article 1. Pp. 4-14.
4. В. И. Снегурова. Модели дистанционного обучения в системе среднего образования // *Вестник РУДН. Серия: Информатизация образования*. 2009. № 2. С. 106-120.
5. N. Dewald, A. Scholz-Crane, A. Booth, C. Levine. Information Literacy at a Distance: Instructional Design Issues // *Journal of Academic Librarianship*. 2000. Vol. 26. N. 1. Pp. 33-54.
6. V. Potkonjak, M. Gardner, V. Callaghan, P. Mattila, C. Guetl, V. Petrović, K. Jovanović. Virtual laboratories for education in science, technology, and engineering: A review // *Computers & Education*. 2016. Vol. 95. Pp. 309-327.
7. S. Joksimovića, D. Gaševićab, Th. M. Loughinc, V. Kovanovićb, M. Hatalad. Learning at distance: Effects of interaction traces on academic achievement // *Computers & Education*. 2015. Vol. 87. Pp. 204-217.
8. Th. W. Peterman. Elements of Success at a Traditional/Virtual University: Lessons Learned from Three Years of Growth in Cyberspace // *Journal of Academic Librarianship*. 2000. Vol. 26. N. 1. Pp. 27-32.
9. A. Hwang. Online and Hybrid Learning // *Journal of Management Education*. 2018. Vol. 42. Issue 4. Pp. 557-563.
10. Peslak, L. Kovalchick, W. Wang. Attitudes toward Course Delivery: A Multi-University Study of Online, On-Ground, and Hybrid Instruction // *Information Systems Education Journal*. 2018. Vol. 16. N. 4. Pp. 27-33.
11. Л. Б. Рылова. Методологические основания инновационной модели современного профессионального образования как открытого образовательного пространства // *Вестник Удмуртского университета*. 2005. №9. С. 167-181.
12. А. А. Бесчасная, А. А. Бесчасный. Выбор профессии и качество образования как факторы успешной профессиональной карьеры выпускников вузов // *Теория и практика общественного развития*. 2017. № 1. С. 16-21.
13. Е. В. Тройникова. Открытое образовательное пространство вуза в контексте международной конвергенции // *Казанский педагогический журнал*. 2012. №4. С. 66-73.
14. B. Griffiths. A Faculty's Approach to Distance Learning Standardization // *Teaching and Learning in Nursing*. 2016. Vol. 11. Issue 4. Pp. 157-162.
15. B. Thoms, E. Eryilmaz. How media choice affects learner interactions in distance learning classes // *Computers & Education*. 2014. Vol. 75. Pp. 112-126.
16. E. McNally. Webinars: Learning at Your Fingertips // *Delta Kappa Gamma Bulletin*. 2017. Vol. 84. Issue 2. Pp. 50-52.
17. E. V. Avdoshenko, A. A. Kuldin. The project «Open education»: the phases of implementation in an educational organization // *Perspectives of Science & Education*. 2018. Vol. 33. Issue 3. Pp. 43-48.
18. M. J. Marcelino, T. Pessoa, C. Vieira, T. Salvador, A. J. Mendes. Learning Computational Thinking and scratch at distance // *Computers in Human Behavior*. 2018. Vol. 80. Pp. 470-475.
19. Деловая этика // О. А. Билан, В. П. Огородников, Н. В. Носович, Н. М. Сидоров, Л. В. Песецкая, В. В. Карпов. Учебное пособие. Санкт-Петербург, 2016. 168 с.

**Профессионально-ориентированные технологии обучения в подготовке специалистов в области рекламы и связей с общественностью: взгляд со стороны обучающего и обучающегося**  
**Professionally-oriented technologies of training in the training of specialists in the field of advertising and public relations: the view of the training and student**

*РГГУ, г. Москва*  
*Russian state University for Humanities, Moscow*

В статье рассматривается проблема применения профессионально ориентированных технологий не только со стороны преподавателя, но и со стороны обучающихся (на примере подготовки специалистов в области рекламы и связей с общественностью). Используемые педагогами технологии обучения должны стать инструментами профессиональной работы будущих специалистов. Привлечение обучающихся к процессу конструирования и реализации технологии позволяет перейти к субъект-субъектным отношениям и активизировать профессиональное обучение.

Ключевые слова: технология обучения, компетенция, субъект-субъектные отношения, педагогический процесс, активизация обучения.

The article deals with the problem of the use of professionally oriented technologies not only on the part of the teacher, but also on the part of students (for example, training in the field of advertising and public relations). The teaching technologies used by teachers should become tools for professional work of future specialists. Involvement of students in the process of design and implementation of technology allows to move to the subject-subject relations and to activate professional training.

Key words: technology of training, competence, subject-subject relations, pedagogical process, activation of training.

Использование современных профессионально ориентированных технологий в подготовке бакалавров и магистров в области рекламы и связей с общественностью в контексте перехода на новые ФГОС стало необходимым инструментом формирования различных видов компетенций. Проведенный опрос 56 преподавателей факультета истории, политологии и права (ИАИ РГГУ, г. Москва) показал, что в учебном процесс активно применяются следующие технологии: интенсивные (активная учебная лекция, семинар (дискуссия, техника «3-D», техника GROW, «жужжащие группы»), интеллект-карты, «папка» с входящими документами, информационный лабиринт (баскетметод) – 34 % опрошенных, анализа ситуаций для активного обучения (action learning) (ситуационный анализ и его виды) – 56 % опрошенных, проблемного обучения – 66% опрошенных, создания проектов – 70%.

С помощью использования указанных технологий разрешается противоречие вызванное, с одной стороны, сокращением учебных часов, отводимых для изучения конкретных дисциплин, а с другой, повышением требований к профессиональной подготовке специалиста, к его компетенциям.

Кроме того, это дает возможность перейти от уровня познавательной активности воспроизведение, к уровням интерпретации и творческой активности, что формирует у студентов устремленность к теоретическому осмыслению знаний, самостоятельному поиску решения проблем, интенсивному проявлению познавательных интересов.

Преподаватели отмечают, что успешней формируется творческий, креативный стиль мышления специалиста, столь необходимый для решения профессиональных задач в области рекламы и связей с общественностью.

В целом со стороны педагога применение профессионально ориентированных технологий позволяет решить ряд задач: организовать целенаправленное и преднамеренное влияние и воздействие на образовательный процесс; четко описать путь достижения поставленных целей обучения; выстроить динамичный характер обучения, ориентированный на обучающихся и заранее спланированный результат.

Опыт применения профессионально ориентированных технологий обучения в процессе подготовки специалистов в области рекламы и связей с общественностью показал, что и со стороны обучающихся наблюдается заинтересованность в их применении, поскольку ряд технологий могут быть использованы в будущей профессиональной деятельности. Опрос бакалавров 2-4 курсов и магистров 1-2 курсов (90 человек) позволил выделить технологии обучения, которые активно применяются бакалаврами в период прохождения практик и магистрами в рамках профессиональной деятельности в коммуникативных агентствах, в частности, интеллект-карты, «папка» с входящими документами, информационный лабиринт (баскетметод), мозговые штурмы (брейнсторминг), эвристические техники интенсивного генерирования идей, программно-ролевой метод, техника ликвидации тупиковых ситуаций, метод принудительных отношений (МПО). Обучающиеся также сформулировали направления, в рамках которых наиболее успешно могут применяться указанные технологии: разработка коммуникационных кампаний и мероприятий; обоснование бизнес-плана, креативного брифа, соглашения, договора, контракта; обеспечение внутренней и внешней коммуникации; подготовка маркетинговых и иных видов исследований.

В связи с этим педагог, использующий в своей профессиональной деятельности указанные технологии, должен доходчиво раскрыть специфику технологии, показать все нюансы ее применения и активно вовлекать обучающихся в процесс подготовки учебного занятия и его проведения. С нашей точки зрения, это является прямым путем перехода к субъект-субъектным отношениям между участниками педагогического процесса, о которых так много говорится, но на практике так сложно выстраиваемым.

Литература:

1. Волкова В.В., Суворов В.А., Федотов В.В. Современные профессионально ориентированные технологии. – М.: ВАГШ, 2014. – 176 с.
2. Панина Т.С., Вавилова Л.Н. Современные способы активизации обучения: учебное пособие. – 4-е изд. – М.: 2008. – 176 с.

**Аутентичные видеозаписи русских кинофильмов как средство формирования невербальной коммуникативной компетенции**  
**Authentic video recordings of Russian movies as a means of forming nonverbal communicative competence**

*Институт непрерывного образования Башкирского государственного университета*  
*Institute of Continuing Education of Bashkir State University*

Коммуникативный подход в обучении иностранным языкам требует создания в учебном процессе условий, приближенных к реальным. Использование аутентичного видеоматериала может решить в образовательном процессе сразу несколько задач: инофоны активно включатся в культуру изучаемого языка, научатся оценивать коммуникативный акт в комплексе составляющих его компонентов, будут отрабатывать навыки аудирования и понимания иноязычной речи.

Ввиду того, что в процессе общения, по мнению психологов, до 80% информации передается невербально, мы считаем возможным ввести понятие невербальной коммуникативной компетенции, о способах формирования которой и пойдет речь в данной статье.

Ключевые слова: невербальная коммуникативная компетенция, коммуникативный акт, жест, межкультурное общение, компетентностный подход, аутентичность

The communicative approach to teaching foreign languages requires the creation of conditions close to real ones in the learning process. The use of authentic video materials can solve several problems in the process of education: foreigners are actively getting involved in the culture of target language, they will learn to evaluate the communicative act in the complex of its components and practice in listening and understanding foreign speech.

Due to the fact that according to psychologists' opinion, up to 80% of information is transmitted non-verbally, we consider that it is possible to introduce the concept of non-verbal communicative competence, the methods of which will be discussed in the article.

Key words: nonverbal communicative competence, communicative act, gesture, cross-cultural communication, competence approach, authenticity.

В результате модернизации системы образования на первый план выдвигается компетентностный подход, ориентирующий результаты обучения на практику. Исследователями выделяются разные компетенции: социокультурная, социальная, дискурсивная, стратегическая, коммуникативная, предметная (А.Н. Щукин), ценностно-смысловые, общекультурные, учебно-познавательные, информационные, социально-трудовые (А.В. Хуторский) и др.

Обучение русскому языку в иноязычной аудитории ставит главной целью развитие вторичной языковой личности, а коммуникативная компетенция выступает ключевой. На наш взгляд, в рамках коммуникативной компетенции целесообразным является выделение невербальной коммуникативной компетенции, которая предполагает способность и готовность языковой личности пользоваться в процессе коммуникации жестами в соответствии с коммуникативными целями и намерениями,

распознавать невербальное поведение собеседника с целью повышения эффективности межличностного общения. Данная мысль приобретает особую важность при обучении русскому языку инофонов, когда незнание национально-маркированных невербальных знаков часто приводит к культурному шоку и дискомфорту в процессе общения.

Проблема формирования невербальной коммуникативной компетенции связана с выбором средств обучения, применение которых способствовало бы эффективному усвоению учебного материала культурологической направленности. По нашему мнению, основное внимание здесь необходимо уделить использованию аутентичных видеозаписей, что в свою очередь решает сразу две задачи обучения русскому языку в иноязычной аудитории.

Во-первых, аутентичный материал является главным средством включения в чужую культуру, в новую для иностранца картину мира. Аутентичный текст – текст, не адаптированный для иноязычной аудитории, создан носителями языка для носителей языка. Во-вторых, для комплексного представления невербального поведения в процесс преподавания необходимо привлечение видеозаписей, позволяющих оценить коммуникативный акт в его динамике, учитывая, как соотносятся вербальная и невербальная части, какие функции выполняет жест в конкретной ситуации общения.

Источником аутентичных видеозаписей в рамках нашего исследования выступил Национальный корпус русского языка (НКРЯ). Мультимедийный подкорпус предлагает широкие возможности для отбора фрагментов русских кинофильмов по названию, значению, типу жеста. Каждая видеозапись сопровождается расшифровкой звучащей речи.

Представим примеры заданий с использованием аутентичных видеозаписей из НКРЯ, цель которых – формирование невербальной коммуникативной компетенции.

1. Посмотрите видеозапись без звука. Понятно ли вам, о чем идёт речь в представленном эпизоде?

2. Какая невербальная единица демонстрируется в данных эпизодах? Совпадают ли значения представленных жестов? Постарайтесь истолковать их смысл.

3. Посмотрите видеозапись и подумайте, как соотносятся в нем слова и невербальные единицы? Какие функции выполняют жесты?

4. Какие ситуации общения продемонстрированы в эпизодах? Какие жесты характерны для них?

5. Охарактеризуйте персонажа по его невербальному поведению, которое продемонстрировано в предложенном эпизоде.

Мы считаем, что работа с аутентичным видеоматериалом позволит инофонам научиться комплексно воспринимать и адекватно интерпретировать коммуникативный акт, осуществляющийся на русском языке, при этом понимая под ним сложно организованное целое, включающее не только высказывания, но и широкий спектр экстралингвистических и паралингвистических единиц.

## Литература

1. Галлямова, Н.Ш., Низамутдинова, Г.С. Экспериментальное обучение в курсе преподавания РКИ: Национальный корпус русского языка в обучении невербальной коммуникации / Н.Ш. Галлямова, Г.С. Низамутдинова // Европейский журнал социальных наук. – Москва, 2016. – № 11. – с. 240-251.
2. Зимняя, И.А. Ключевые компетентности как результативная целевая основа компетентностного подхода в образовании. Авторская версия / И.А. Зимняя. – М.: Исследовательский центр проблем качества подготовки специалистов, 2004. – 42 с.
3. Пассов, Е.И. Основы коммуникативной методики обучения иноязычному общению / Е.И. Пассов. – М.: Русский язык, 1989. – 276 с.
4. Писаренко, В.И. Педагогический алгоритм работы с видеоматериалами / В.И. Писаренко. // Перспективные информационные технологии и интеллектуальные системы. Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2003. Вып. 1 (13). С. 77–83.
5. Фурманова, В.П. Межкультурная коммуникация и культурно-языковая прагматика в теории и практике преподавания иностранных языков: Автореф. дис. ... д-ра пед. наук. – М., 1994. – 58 с.

УДК 316.77, ББК 60.0

И.Б. Горбунова, А.М. Воронов  
Irina Gorbunova, Alexis Voronov  
gorbunova@herzen.spb.ru

## Обучение информационным технологиям людей с нарушением зрения Method of information technology training visually impaired

*РГПУ им. А.И. Герцена, Санкт-Петербург.  
Herzen State Pedagogical University of Russia, St. Petersburg.*

В статье рассматривается класс тифлотехники, в котором реализованы современные технологические возможности для обучения людей с нарушением зрения информационным и музыкально-компьютерным технологиям. Обосновывается необходимость изменений в содержании информационного образования людей с глубокими нарушениями зрения в связи с возможностью использования специализированного программного и аппаратного обеспечения, цифровых образовательных ресурсов.

Ключевые слова: информационные технологии в образовании; информационная компетентность; музыкально-компьютерные технологии; компьютерное музыкальное творчество; информатика, люди с нарушением зрения

The article analyzes the processes of information, transforming the environment of training of people with visual impairment. The necessity of changes in the content of the information education in connection with the use of specialized software and hardware, digital educational resources. The class tiflotekhniki that implements modern technological capabilities for training visually impaired information and music and computer technologies.

Keywords: information technologies in education; information competence; music computer technologies, creative activities; computer science, visually impaired.

Незрячий или слабовидящий человек частично ограничен в выборе источника информации. Большинство таких людей не имеют возможности самостоятельно читать книги, газеты, журналы и другие плоскочечатные издания, ориентироваться в пространстве и передвигаться по улицам без помощи сопровождающего. Развитие **информационных технологий (ИТ)** открывает уникальные перспективы для людей с нарушением зрения по обеспечению и получению информации практически в полном объёме [1; 2; 3]. С использованием специально разработанных технологий незрячим людям становятся доступны такие действия, как создание, обработка и

редактирование электронных текстов, чтение плоскочечатной литературы, распечатывание материалов из электронных форматов специальным шрифтом Брайля; ведение различного рода баз данных, общение в социальных сетях, а также поиск и размещение информации в сети Интернет. Все это дает незрячему человеку возможность получить профессию, соответствующую его интересам [4; 5; 6; 7; 8; 9; 10].

Специальные реабилитационные центры, обучающие работе с компьютерной техникой и современными *ИТ* и позволяющие адаптировать людей с нарушением зрения к освоению и самостоятельному использованию специализированных *ИТ*, помогают в решении ряда важнейших проблем. Подробнее остановимся на анализе возможностей *класса тифлотехники, методике обучения информационным технологиям людей с нарушением зрения.*

*Рабочее место* для реабилитанта, проходящего обучение по разработанной методике, состоит из следующих компонентов:

*мягкое компьютерное кресло;*

*двухъярусный компьютерный стол*, где учащийся может расположить руки для удобства свободного передвижения компьютерной мыши и использования Брайлевского дисплея;

*монитор* диагональю экрана в девятнадцать дюймов, настроенный на самое высокое разрешение и увеличение шрифта для людей с остаточным зрением;

по обе стороны монитора располагаются *активные колонки* для воспроизведения звуковых файлов, а также воспроизведения речи, выводимой при помощи системных голосовых помощников и программ экранного доступа; для звукового воспроизведения можно использовать *наушники*, они предусматриваются на каждом рабочем месте;

*высококачественный вокальный микрофон*, который даёт возможность реабилитантам записать и обработать собственный голос;

слева от стола установлен *специальный двусторонний высокоскоростной Брайлевский* принтер для печати на листах двойного формата (формат газеты). Этот прибор позволяет распечатывать электронные тексты шрифтом Брайля, для того чтобы реабилитант мог не только услышать воспроизведённую речевым синтезатором информацию, но и прочесть её;

*сканирующая и читающая машина*, которая предоставляет возможность сделать доступным для незрячих и слабовидящих людей широкий выбор напечатанных материалов, с помощью новейших технологий оптического распознавания символов: отсканированный текст читается вслух на выбранном языке и заданным пользователем голосом, регулируется скорость, громкость, тембр прослушиваемого материала, также имеется возможность сохранения информации на цифровые носители;

*тифлофлешплеер*, который предназначен для чтения цифровых «говорящих» книг, записанных на флеш-картах в специально разработанном формате. Плеер содержит электронную память и электронные закладки, что даёт возможность легко

найти нужный фрагмент, продолжить воспроизведение с желаемого эпизода и передвигаться по тексту, регулируя скорость воспроизведения речи;

*портативный дисплей Брайля* позволяет незрячим пользователям свободно ориентироваться в операционной системе Windows. Все кнопки могут быть индивидуально настроены под нужды конкретного пользователя. Колёсики позволяют скроллить строки, предложения, параграфы и целые документы. Существует дополнительный способ навигации при помощи *джойстика* или *кнопки-качельки*. Используя комбинацию кнопок прокрутки, кнопки-качельки и кнопки перемещения курсора можно легко перемещаться в теле документа любого формата;

*стационарный видеувеличитель*, который дает возможность слабовидящим комфортно читать книги, журналы, рецепты, позволяет рассмотреть мелкие детали любого объекта;

*GPS-устройство для незрячих и слабовидящих пользователей* - компактное устройство, оснащенное навигатором с голосовым управлением и предназначенное для ориентирования незрячих и слабовидящих людей на местности: осуществляется мультитранспортная навигация: пешком или на машине можно найти дорогу при помощи голосовой навигации; режим обзора цифровых карт для изучения местности; получение в режиме реального времени голосового описания того, что окружает во время пешеходных прогулок; получение информации о своем местонахождении и т.п.;

в классе тифлотехники предусмотрены *MIDI-клавиатуры* для тех, кто может реализовать свои музыкальные способности; нами разработана и реализуется в образовательном процессе *специальная программа преподавания компьютерной аранжировки для людей с нарушением зрения*. В пособиях [11; 12; 13] разработаны модули и занятия, направленные на предоставление возможности обучения компьютерному музыкальному творчеству незрячих музыкантов с использованием «метода проектов» [14; 15] на основе музыкально-компьютерных технологий (МКТ) [16; 17]. Это стало возможным благодаря разработкам учёных, занимающихся проблемами компьютерного моделирования творческого процесса, в частности - вопросами моделирования процесса музыкального творчества и использованием его результатов в системе современного музыкального образования [18; 19; 20; 21].

Кроме специальной техники, также имеются *речевые программы* (JAWS, NVDA и др.), предназначенные для речевого доступа к информации, выводимой на экран персонального компьютера. Доступ осуществляется посредством компьютерного синтеза речевого сигнала [22; 23; 24] с выводом его на звуковыводящее устройство. Это позволяет незрячему пользователю работать с широким кругом программ различного назначения, использующих текстовый режим дисплея, включая текстовые редакторы, табличные процессоры, системы программирования, некоторые развивающие игры.

Основные модули методики обучения *ИТ* людей с нарушением зрения состоят из следующих тематических блоков:

1. *Знакомство со специальным оборудованием, установленным в классе тифлотехники, основные особенности и возможности его практического применения.*

2. *Устройство компьютера, операционная система. Возможности компьютера для человека с нарушением зрения. Настройка операционной системы для корректной работы голосового помощника.*

3. *Работа с компьютерной клавиатурой, расположение клавиш и основные клавиатурные функции.*

4. *Основные принципы работы с программами экранного доступа («голосовыми помощниками»), озвучивающими информацию, отображаемую на экране монитора.*

5. *Принципы работы операционных систем линейки «Windows».*

6. *Что такое «горячие клавиши», и как они могут помочь облегчить работу для незрячих и слабовидящих, не использующих компьютерную «мышь» в работе на компьютере.*

7. *Работа с файлами и папками при помощи клавиатурных комбинаций, редактирование, наполнение, перемещение.*

8. *Работа с данными (с информацией), перенос данных на различные съёмные носители (флеш-накопители, съёмные жёсткие диски и компакт-диски). Работа с данными, не прибегая к использованию мыши, системные команды существуют для таких операций.*

9. *Работа с диалоговыми окнами и всплывающими системными сообщениями.*

10. *Работа в популярных текстовых редакторах (текстовых процессорах). Клавиатурные комбинации, использующиеся для форматирования текстов.*

11. *Сканирование книг, документов и фотографий, перевод текстов из бумажного в электронный вариант, распознавание отсканированных плоскочечатных текстов при помощи специальных программ для возможности их воспроизведения речевыми синтезаторами. Настройка скорости воспроизведения прочтения, выбор тембра голоса, наилучшего для восприятия электронного голоса.*

12. *Работа с «говорящей» электронной библиотекой.*

13. *Работа со звуком и музыкой, прослушивание аудиофайлов, просмотр видеоматериалов при помощи различных программ проигрывателей. Практическая работа в популярных звуковых редакторах, удобных в использовании для незрячих и слабовидящих, оцифровка редких уникальных записей с магнитных лент и других аналоговых носителей, очистка от шумов и других посторонних звуков без потери качества, конвертация аудио и видеоматериалов, перевод из одного формата в другой для экономии места на жёстком диске и съёмных носителях.*

14. *Работа с электронной почтой.*

15. *Принцип работы незрячих и слабовидящих в глобальной сети Интернет, при помощи голосовых помощников озвучивающих информацию, выводимую на экран монитора, основные особенности поиска и скачивания информации с Интернет-ресурсов, «горячие клавиши», позволяющие ускорить работу в сети и получить*

быстрый доступ к желаемой информации, а также возможности оперативно найти нужную ссылку.

16. *Работа в популярных поисковых системах.*

17. *Знакомство с социальными сетями*, регистрация и работа в них, размещение личной информации, поиск людей по группам и интересам, приглашение к участию и просмотр ленты новостей. Настройка специальной программы, оповещающей действия, происходящие на экране монитора для осуществления одновременного общения в голосовом и электронных чатах.

18. *Способы самостоятельного выкладывания информации в глобальную сеть.*

19. *Знакомство с тематическими дискуссионными Интернет-рассылками* для незрячих и слабовидящих пользователей, подписка, регистрация и непосредственное участие в специальных электронных форумах по интересам.

20. *Возможности работы с современными сенсорными дисплеями*, управление пиктограммами при помощи специально предусмотренных жестов для незрячих и слабовидящих. Осуществления доступа к информации посредством голосового помощника, который предусмотрен на сенсорных планшетах.

Методика *обучения ИТ людей с нарушением зрения* предусматривает выполнение домашних заданий после каждого занятия, чтобы учащиеся могли проанализировать, закрепить и апробировать пройденный материал в реальной жизненной ситуации, и, в случае возникновения неясностей, задать соответствующие вопросы. Количество часов присутствия реабилитанта определяется в зависимости от необходимости и уровня его начальной информационной подготовки, а также состояния его здоровья.

Проблема обучения незрячих людей современным *ИТ* заключается также и в том, что данный контингент разнороден по типу имеющихся зрительных патологий, по виду нарушения зрения (тотальная слепота или порциальная), по времени наступления дефекта: слепота врождённая или приобретённая и так далее. При этом каждая группа незрячих, объединяемая на основе тяжести зрительной патологии, характеризуется наличием тех или иных психологических особенностей, которые преподавателю информационных и коммуникационных технологий необходимо иметь в виду [25; 26].

Литература

1. Горбунова И.Б. Информационные технологии в художественном образовании // *Философия коммуникации: интеллектуальные сети и современные информационно-коммуникативные технологии в образовании: Научное издание / Под ред. С.В. Клягина, О.Д. Шипуновой. СПб.: Изд-во Политех. ун-та, 2013. С. 192-202.*
2. Горбунова И.Б. Эра информационных технологий в музыкально-творческом пространстве // XII Санкт-Петербургская межд. конф. «Региональная информатика – 2010» («РИ – 2010»), Санкт-Петербург, 20–22 октября 2010 г.: Труды конф. \ СПОИСУ. СПб., 2010. С. 232-233.
3. Горбунова И.Б. Новые художественные миры. Интервью профессора РГПУ им. А.И. Герцена И.Б. Горбуновой // *Музыка в школе*, 2010. №4.С.11-14.
4. Воронов А.М., Горбунова И.Б., Камерис А., Романенко М.Ю. Музыкально-компьютерные технологии в Школе цифрового века // *Вестник Иркутского государственного технического университета*, № 5(76), 2013. С. 256-261.
5. Воронов А.М., Горбунова И.Б. Музыкально-компьютерные технологии в обучении информатике студентов музыкальных вузов с нарушением зрения // *Современное*

- музыкальное образование – 2010: материалы межд. науч.-практич. конф. / под общ. ред. И.Б. Горбуновой. СПб.: ООО «Издательство "ЛЕМА"», 2011. С. 287-290.
6. Горбунова И.Б. Музыкально-компьютерные технологии в подготовке педагога-музыканта // Проблемы музыкальной науки. 2014, № 3(16). С. 5-11.
  7. Горбунова И.Б., Романенко Л.Ю., Родионов П.Д. Музыкально-компьютерные технологии в формировании информационной компетентности современного музыканта // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Гуманитарные и общественные науки. 2013, № 1 (167). С. 39 – 48.
  8. Горбунова И.Б., Горельченко А.В. Музыкальный компьютер в детской музыкальной школе: учебное пособие. СПб.: Изд-во РГПУ им. А.И. Герцена, 2003. 68 с.
  9. Горбунова И.Б. Музыкальный компьютер: монография. СПб.: «СМИО Пресс», 2007. 399 с.
  10. Белов Г.Г., Горбунова И.Б., Горельченко А.В. Музыкальный компьютер (новый инструмент музыканта): Методическое пособие / Санкт-Петербург: СМИО Пресс, 2006. 112 с.
  11. Горбунова И.Б. Информационные технологии в музыке. Т.1: Архитектоника музыкального звука: Учебное пособие. СПб.: Изд-во РГПУ им. А.И. Герцена, 2009. 175 с.
  12. Горбунова И.Б., Панкова А.А. Компьютерная музыка. Т.1: Компьютерное музыкальное творчество: учебное пособие. СПб.: Изд-во РГПУ им. А.И. Герцена, 2013. 190 с.
  13. Горбунова И.Б., Панкова А.А., Родионов П.Д. DIGITAL AUDIO WORKSTATION: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА. Saarbrücken, 2016. 125 с.
  14. Горбунова И.Б., Панкова А.А. Творческий проект в процессе обучения информатике студентов-музыкантов (в условиях педагогического вуза) // Вестник Иркутского государственного технического университета, 2014. №3 (86). С.214-221.
  15. Беличенко В.В., Горбунова И.Б. Феномен музыкально-компьютерных технологий в обучении информатике музыканта (в условиях перехода на новые образовательные стандарты): монография. СПб.: Изд-во РГПУ им. А.И. Герцена, 2012. 220 с.
  16. Горбунова И.Б. Музыкально-компьютерные технологии в общем и профессиональном музыкальном образовании // В книге: Современное музыкальное образование-2004: материалы международной научно-практической конференции. Российский государственный педагогический университет им. А.И. Герцена, Санкт-Петербургская государственная консерватория им. Н.А. Римского-Корсакова / Под общ. ред. И.Б. Горбуновой. 2004. С. 52-55.
  17. Горбунова И.Б. Музыкально-компьютерные технологии как новая обучающая и творческая среда // В сборнике: Современное музыкальное образование-2002: материалы Международной научно-практической конференции. Российский государственный педагогический университет им. А.И. Герцена, Санкт-Петербургская государственная консерватория им. Н.А. Римского-Корсакова / Под общ. ред. И.Б. Горбуновой. 2002. С. 161-169.
  18. Горбунова И.Б., Чибирёв С.В. Моделирование процесса музыкального творчества // В сборнике: Региональная информатика и информационная безопасность Сборник трудов. Санкт-Петербургское общество информатики, вычислительной техники, систем связи и управления. 2016. С. 326-329.
  19. Горбунова И.Б., Чибирёв С.В. Компьютерное моделирование процесса музыкального творчества // Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена, 2014. № 168. С. 84-93.
  20. Горбунова И.Б., Заливадный М.С., Товпич И.О. Комплексная модель семантического пространства музыки и перспективы взаимодействия музыкальной науки и современного музыкального образования // Научное мнение, 2014. № 8. С. 238-249.
  21. Горбунова И.Б. Музыкальный звук: монография. СПб.: Изд-во «СОЮЗ», 2006. 165 с.
  22. Горбунова И.Б., Романенко Л.Ю., Чибирёв С.В. Моделирование процесса музыкального творчества с использованием музыкально-компьютерных технологий // Вестник Иркутского государственного технического университета, 2013. № 4 (75). С. 16-24.
  23. Горбунова И.Б. Архитектоника звука: монография. СПб.: Изд-во РГПУ им. А.И. Герцена. 2014. 125 с.
  24. Горбунова И.Б., Заливадный М.С. Музыка, математика, информатика: пути взаимодействия и проблемы современного этапа // В сборнике: Субкультуры и

коммуникативные стратегии информационного общества. Труды международной научно-теоретической конференции. Отв. за выпуск О.Д. Шипунова. СПб., 2014. С. 81-83.

25. Говорова А.А., Горбунова И.Б. Музыкально-компьютерные технологии в обучении детей с глубокими нарушениями зрения: особенности, проблемы, перспективы // Теория и практика общественного развития, 2015. № 12. С. 470 – 477.
26. Говорова А.А., Горбунова И.Б. Музыкально-компьютерные технологии как средство обучения людей с нарушениями зрения музыкальному искусству // Теория и практика общественного развития, 2015. № 11. С. 298 – 301.

УДК 316.77, ББК 60.0

М.С. Заливадный<sup>1</sup>, И.Б. Горбунова<sup>2</sup>  
Mikhail Zalivadny, Irina Gorbunova  
gorbunova@herzen.spb.ru

### **Аудиовизуальный синтез: музыкальные множества вариативной структуры** **Audiovisual synthesis: musical sets of variative structure**

*Санкт-Петербургской государственной консерватории им. Н.А. Римского-Корсакова, г. С.-  
Петербург<sup>1</sup>*

*РГПУ им. А.И. Герцена, Санкт-Петербург<sup>2</sup>*

*St. Petersburg State Conservatoire named after N.A. Rimsky-Korsakov, St. Petersburg, Russia.*

*Herzen State Pedagogical University of Russia, St. Petersburg*

В работе рассматриваются проявления вариативности в строении различных составляющих музыкальной системы. Авторы анализируют ряд исторических примеров, указывающих на конкретные формы таких проявлений, и отмечают некоторые инновационные предложения, относящиеся к методам исследования этих форм. Авторами анализируются музыкально-теоретические термины (включая соответствующий этим терминам математический аппарат), которые активно используются в данной сфере. Выявляются различные направления перспективного развития аудиовизуального синтеза в музыкальной теории и практике и в синтетических искусствах с участием музыки, включая музыкально-компьютерные технологии.

Ключевые слова: аудиовизуальный синтез, музыкальная теория и практика, музыкально-компьютерные технологии.

The paper is devoted to the phenomenon of variative structure proper to different components of musical system. The author analyzes several remarkable historical examples that point out the specific forms and manifestations of this phenomenon, and marks especially some innovative proposals concerning the methods of studying these kinds of forms. The authors are studying problems in terms of music theory and elicit the different areas of prospective development of the audiovisual synthesis in music theory and practice and synthetic arts with participation of music including music computer technologies.

Keywords: audiovisual synthesis, music theory and practice, music computer technologies.

Французский математик и физик Луи-Бертран Кастель (1688 – 1757) вошел в историю искусствознания как инициатор общеевропейской дискуссии XVIII в. по проблемам синтеза музыки и света (первоначально – цвета) [1 – 4]. Интерес к инновационным светомузыкальным идеям Кастеля не угасает и до сих пор [5 – 7], несмотря на очевидную (хотя и исторически закономерную) ограниченность большей части его конкретных предложений и разработок в данной сфере. По нашему мнению, это объясняется тем, что последующее развитие различных областей науки (в том числе – математики [8 – 9], психологии [10], системологии [11 – 14]) позволяет выявить в теоретическом наследии «родоначальника светомузыки» ряд перспективных эвристических моментов, ранее не привлекавших (или почти не привлекавших) внимание исследователей. К числу таких моментов относится, в

частности, выдвижение принципа клавиатуры как основы упорядочения множества внезвуковых элементов слухо-зрительных синестезий (и внешних форм выражения звуко-зрительного синтеза), а также опыт распространения идеи «клавесина для глаз» на другие сенсорные системы («клавесин для органов чувств» [15]), фактически содержащий в себе предпосылку к формированию многомерного семантического пространства с вариативной структурой измерений, соответствующих некоторым из этих систем (обонятельной, осязательной, вкусовой).

На современном этапе исследования музыкально-синестетической проблематики осознанию проявлений вариативности в строении различных составляющих музыки как сложного системного целого способствовало обращение к области музыкальных тембров в работах выдающегося отечественного теоретика и практика светомузыки Б.М. Галеева (1940 – 2009) и его сотрудников [16 – 19]. Шкала тембров в анкетах, составленных в разные годы Галеевым и его ассистентами с целью проведения опросов по выявлению синестетических закономерностей музыки, наглядно демонстрирует весьма значительную степень вариативности, свойственную системе музыкально-тембровых характеристик, множество которых (также – с математической точки зрения) допускает различные формы упорядочения. Галеевым и его коллегами проводились и исследования более широкого круга синестезий, уже выходящих за пределы музыки и имеющих более общую семантическую значимость. Особенностью некоторых семантических шкал, составляющих основу анкет в этих исследованиях, также является вариативность структуры.

Указания на вариативность как на одно из важных свойств составляющих музыкальной системы обнаруживаются в ряде хронологически «промежуточных» (находящихся во времени между двумя историческими явлениями, охарактеризованными ранее) опытов теоретического рассмотрения закономерностей ее «подсистем» – внезвуковых и звуковых. Остановимся на трех примерах такого рода, отличающихся как по конкретным подходам к проблеме, так и по непосредственной практической предназначенности:

1. *Идея «словесной клавиатуры» С. Малларме* [20, с 48 – 50]. Соотнесение клавиш с элементами словесного языка поэтом детально не регламентируется, иначе говоря, множество таких элементов имеет у Малларме вариативную структуру в самом широком смысле слова (чем отличается от строго детерминированного в этом отношении языка Solresol его предшественника Ф. Сюдра [21]). Не останавливаясь подробно на тех возможностях, которые открывает такое соотнесение для области словесного искусства (а они могут быть очень разными – от курьезно-эпатажных [22, с. 56] до весьма серьезных и впечатляющих, включая, например, размещение элементов общей классификации систем [11, с. 161 – 170]), отметим, что эта идея может быть реализована музыкальными средствами на основе соответствия «слово – тембр как комплексный образ» (высказывавшегося сподвижниками Малларме по символизму А. Рембо и П. Верленом [23]), притом существовавшими при жизни поэта (орган с несколькими мануалами, создающий возможность практически мгновенного достижения разных регистров; варьирование «звукоряда тембров» при

этом обеспечивается переключением регистров). По-видимому, технически более затруднительно решение этой задачи на электронно-музыкальном (одномануальном) синтезаторе, однако достаточно убедительный для восприятия результат может здесь быть достигнут средствами звукозаписи, начиная с записи отдельных элементов реализуемого многотембрового замысла на секвенсоре. Сам Малларме соотносит выдвинутую им идею с симфоническим оркестром (на это указывается, в частности, в известной нам работе Т. Соколовой [24, с. 230].), что внешне может восприниматься как некая «поэтическая вольность» (у оркестра нет клавиатуры, обеспечивающей воспроизведение симфонического целого в полном объеме), но по существу находит основание в том же явлении многотембровости.

2. *Звукоряд ударных инструментов «без определенного звука»* (т. е. с неопределенной высотой звука) в «*Основах оркестровки*» Н. Римского-Корсакова [25, с. 29, 442]. Группы этих инструментов (соответственно – участки или подмножества звукоряда) соотнесены автором книги с высоким (треугольник, кастаньеты, бубенчики), средним (бубен, прутья, малый барабан, тарелки) и низким (большой барабан, там-там) регистрами общего звуковысотного диапазона. Однако в разных местах книги это соотнесение изменяется применительно к отдельным тембрам: так, бубен соотносится то со средним, то с высоким регистром, тарелки – то со средним, то с низким. Сопоставление этого звукоряда с традиционной исторической практикой записи партий ударных инструментов в рамках пятилинейной нотной системы выявляет черты вариативности также внутри самих участков звукоряда (например, партия малого барабана записывалась в этой системе выше, чем партия бубна [26, с. 180 – 181]).

3. Вариативность структуры (во всяком случае – частичную) обнаруживает также *множество самих участвующих в синестетическом восприятии музыки сенсорных систем* (более широко – «модальностей ощущения»), представленное в качестве основы ряда таблиц в статье Ю. Рагса и Е. Назайкинского «*Восприятие музыкальных тембров и значение отдельных гармоник звука*» ([27, с. 93 – 98].). Столбцы в этой таблице соответствуют качественным характеристикам различных сенсорных (иногда – приводимых в соединении с предметно более определенной их трактовкой) составляющих восприятия музыкального тембра в зависимости от изменения громкости отдельных входящих в него гармоник (уровень которой характеризуется количественно в условных единицах). При этом на первое место поставлены слуховые характеристики (в отличие от традиционного порядка сенсорных систем, в котором на этом месте находится зрение), далее идут зрительные, тактильные и температурные и, наконец, «прочие» (природа которых в большинстве случаев точно не определена); обонятельные и вкусовые – отсутствуют. Заметим, что аналитические возможности предложенного авторами статьи исследовательского аппарата отнюдь не исчерпываются лишь тембровой стороной музыки (на это «из исторического далека» отчасти указывает и кастелевская идея «*клавесина для органов чувств*»).

В некоторых позднейших работах [28 – 31], так или иначе опирающихся на уже сложившуюся (в 1980-е гг.) системологическую теорию вариативности (см.: [12 – 13]) и посвященных изучению музыкальных явлений с применением основных идей и положений этой теории, авторами привлекается (наряду с другими математическими средствами) аппарат нечетких множеств. При несомненной эффективности этого аппарата, он, однако, может создавать определенные трудности для музыкантов, не являющихся одновременно специалистами в области современной математики. С учетом этого музыковед Т. Брославская предложила использовать для исследований в данном направлении известные в музыкознании логические обобщения характерных форм тематического развития и типовых особенностей строения музыкальных композиций, осуществленные на основе закономерностей вариационной формы (в числе авторов, внесших существенный вклад в формирование этого крупного теоретического результата, – Р. Рети [32], С. Скребков [33], Л. Александрова [34], А. Элоян [35]), включая выработанную в рамках этих обобщений специальную математическую символику [35 – 36]. Предложение это, дополняя существующую практику применения исследовательских методов «общематематического» характера, представляется весьма ценным и перспективным также в отношении многих других направлений теоретического исследования музыки и практического освоения ее закономерностей (см., например, работы [37 - 40]); то же относится и к разнообразным формам участия музыки в синтезе искусств [41 - 47].

Литература:

1. Castel L.- B. Clavecin pour les yeux, avec l'art de peindre les sons et toutes sortes de pièces de Musique // Mercure de France, Nov.1725. P. 2552 – 2577.
2. Castel L.- B. L' Optique des couleurs. Paris : Briasson, 1740.
3. Castel L.– B. Clavessin pour les yeux // Esprit, saillies et singularités du P[ère] Castel. Amsterdam – Paris : Vincent, 1763. P. 278 – 348.
4. Галеев Б. М. Светомузыка: становление и сущность нового искусства. Казань: Таткнигоиздат, 1976.
5. Галеев Б. М., Ванечкина И Л. У истоков светомузыки. Международная конференция «Отец Кастель и его цветовой клавесин» // Электроника, музыка, свет (к 100-летию со дня рождения Л. С. Термена). Материалы Международной научно-практической конференции. Казань: Фэн, 1996. С. 254 – 258.
6. Rousseau P. Concordances. Synesthésie et conscience cosmique dans la Color Music // Sons et Lumières. Une histoire du son dans l'art du XX<sup>e</sup> siècle. Paris : Centre Georges-Pompidou, 2004. P. 29 – 37.
7. Воинова М. В. Органно-клавирная культура и цветомузыка: от синестезии к визуализации // Вопросы инструментоведения. Вып. 11. Сборник статей и материалов XI Международной научно-практической конференции «Благодатовские чтения». СПб.: РИИИ, 2017 – 2018. С. 218 – 228.
8. Куратовский К., Мостовский А. Теория множеств. М.: Мир, 1966.
9. Заде Л. А. Понятие лингвистической переменной и его применение к принятию приближенных решений. М.: Мир, 1977.
10. Osgood Ch., Suci J., Ttannenbaum P. The Measurement of Meaning. Urbana, Ill.: Illinois University Press, 1957.
11. Управление, информация, интеллект. М.: Мысль, 1976.
12. Мясников В. А., Игнатъев М. Б, Перовская Е. И. Модели планирования и управления производством. М.: Экономика, 1982.
13. Перовская Е. И., Фетисов В. А. Автоматизация гибких дискретных систем. Л.: ЛГУ, 1989.
14. Перовская Е. И., Фетисов В. А. Основы гибкой автоматизации. Л.: ЛИАП, 1991.

15. Castel L. – В. Clavessin pour les sens // *Esprit, saillies et singularités du P. Castel*. Amsterdam – Paris : Vincent, 1763. P. 369 – 370.
16. Галеев Б. М. Проблема синестезии в искусстве // *Искусство светящихся звуков*. Сборник работ СКБ «Прометей». Казань // КАИ, 1973. С. 67 – 88.
17. Трофимова И. А. Анкетный опрос по изучению «цветного слуха» среди школьников // *Всесоюзная школа молодых ученых и специалистов «Свет и музыка»*. Казань: КАИ, 1979. С. 99 – 100.
18. Овсянников А. А. Анкетное исследование «цветного слуха» и «цветового мышления» // *Прометей-2000 (о судьбе светомузыки на рубеже веков)*. Материалы Международной научно-практической конференции. Казань: Фэн, 2000. С. 107 – 113.
19. Ванечкина И. Л., Галеев Б. М., Овсянников А. А. Анкетный опрос «цветного слуха» композиторов России (2002). URL: <http://synesthesia.prometheus.kai.ru>
20. Mallarmé S. *La musique et les lettres*. Paris : Perrin et C<sup>ie</sup>, 1895.
21. Sudre F. *Langue Musicale Universelle*. Paris : G. Flaxland, 1866. 1
22. Моль А. *Теория информации и эстетическое восприятие*. М.: Мир, 1966.
23. Заливадный М. С. Символистские модели музыкальных синестезий как прообразы теоретического музыкознания XX века // *Синестезия: содружество чувств и синтез искусств*. Материалы Международной научно-практической конференции. Казань: КГТУ, 2008. С. 112 – 117.
24. Соколова Т. В. Визуально-пространственная суггестия слова в поэзии Малларме // *Соколова Т. В. От романтизма к символизму. Очерки истории французской поэзии*. СПб.: Филологический факультет СПбГУ, 2005. С. 224 – 237.
25. Римский-Корсаков Н. А. *Основы оркестровки* // Римский-Корсаков Н. А. Полное собрание сочинений. Литературные произведения и переписка. Т. 3. М.: Музгиз, 1959.
26. Модр А. *Музыкальные инструменты*. М.: Музгиз, 1959.
27. Назайкинский Е. В., Рагс Ю. Н. Восприятие музыкальных тембров и значение отдельных гармоник звука // *Применение акустических методов исследования в музыкознании*. М.: Музыка, 1964. С. 79 – 100.
28. Смирнова М. В., Соловьева Н. А. Анализ исполнительских интерпретаций и математические методы исследования // *Современное музыкальное образование-2002*. Материалы Международной научно-практической конференции. СПб.: РГПУ, 2002.
29. Перовская Е. И., Соловьева Н. А. Компьютерное моделирование музыкального пространства для описания исследования и сравнения интерпретаций на основе математических методов // *Четвертая Международная конференция «Средства математического моделирования»*. Тезисы докладов. СПб.: СПбТУ (СПбПУ), 2003. С. 219.
30. Заливадный М. С., Бурштын Л. Н. Аналитическая карта АРУНАК: новые возможности прочтения // *Научная сессия ГУАП. Ч. II. Технические науки*. СПб.: СПбГУАП, 2013. С. 123 – 125.
31. Заливадный М. С., Бурштын Л. Н. Боэцианская нотация: некоторые возможности экспериментального применения // *Научная сессия ГУАП. Ч. II. Технические науки*. СПб.: СПбГУАП, 2014. С. 199 – 202.
32. Reti R. *The Thematic Process in Music*. London: Faber & Faber, 1961.
33. Скребков С. С. *Художественные принципы музыкальных стилей*. М.: Музыка, 1973 (2-е изд. – М.: МГК, 2015).
34. Александрова Л. В. О принципах симметрии в композиционной технике Б. Бартока. Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата искусствоведения. Л., 1972.
35. Элоян А. В. Классификация и каталог ритмических форм синтагм // *МААФАТ'75*. Первый Всесоюзный семинар по машинным аспектам алгоритмического формализованного анализа музыкальных текстов. Ереван: АН Арм. ССР, 1977. С. 191 – 192.
36. Заливадный М. С., Бурштын Л. Н., Будейкина Т. Б. Преобразования музыкальной темы: движение теории музыки навстречу математике // *Научная сессия ГУАП. Часть II. Технические науки*. СПб.: СПбГУАП, 2008. С. 95 – 97.
37. Горбунова И.Б., Кибиткина Э.В. Музыкальное программирование: вопросы подготовки специалистов // *Искусство и образование*. 2010. № 5 (67). С. 104-111.
38. Горбунова И.Б., Заливадный М.С. О математических методах в исследовании музыки и подготовке музыкантов // *Проблемы музыкальной науки*. 2013. № 1 (12). С. 264-268.

39. Горбунова И.Б., Заливадный М.С. Информационные технологии в музыке. Том 4: Музыка, математика, информатика: Учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению 050100 - Педагогическое образование / Российский государственный университет имени А. И. Герцена. Санкт-Петербург, 2013.
40. Горбунова И.Б. Архитектоника звука: монография / Санкт-Петербург, 2014. 123 с.
41. Заливадный М. С., Бурштын Л. Н. «Унисон» и «контрапункт» искусств: опыт музыкально-теоретической интерпретации // Научная сессия ГУАП. Часть II. Технические науки. СПб.: СПбГУАП, 2016. С. 178 – 181.
42. Горбунова И.Б., Заливадный М.С. Музыка, математика, информатика: пути взаимодействия и проблемы современного этапа // В сборнике: Субкультуры и коммуникативные стратегии информационного общества. Труды Международной научно-теоретической конференции. Отв. за выпуск О.Д. Шипунова. 2014. С. 81-83.
43. Горбунова И.Б., Заливадный М.С. Музыкально-теоретические воззрения Леонарда Эйлера: актуальное значение и перспективы // Вестник Ленинградского государственного университета им. А.С. Пушкина. 2012. Т. 2. № 4. С. 164-171.
44. Горбунова И.Б., Заливадный М.С. Опыт математического представления музыкально-логических закономерностей в книге Я. Ксенакиса "Формализованная музыка" // Общество. Среда. Развитие. 2012. № 4 (25). С. 135-138.
45. Горбунова И.Б., Заливадный М.С. О значении информационных технологий для современной экспериментальной эстетики (музыкально-теоретический аспект) // В сборнике: Субкультуры и коммуникативные стратегии информационного общества. Труды Международной научно-теоретической конференции. Отв. за выпуск О.Д. Шипунова. 2014. С. 97-100.
46. Горбунова И.Б., Хайнер Е., Заливадный М.С. О значении математических методов в исследовании музыки и профессиональной подготовке музыкантов // Университетский научный журнал. 2015. № 11. С. 103-111.
47. Горбунова И.Б., Заливадный М.С., Товпич И.О. Аудиовизуальный синтез: опыт музыкально-теоретического рассмотрения проблем // Казанский педагогический журнал. 2015. № 6-1 (113.) С. 162 -175.

УДК 316.77, ББК 60.0

А.А. Говорова, И.Б. Горбунова  
 Anastasia Govorova, Irina Gorbunova  
 nastia-govor@rambler.ru  
 gorbunova@herzen.spb.ru

**Музыкально-компьютерные технологии как средство обучения людей с ограниченными возможностями здоровья по зрению музыкальному искусству**  
**Music computer technologies as a means of training people with disabilities in the art of music**

*РГПУ им. А.И. Герцена, Санкт-Петербург*  
*Herzen State Pedagogical University of Russia, St. Petersburg*

Конструктивный подход к новым музыкально-информационным технологиям несет в себе возможности профессионального образования и сегодня является неотъемлемой составляющей творчества каждого незрячего музыканта, смотрящего в будущее и закладывающего фундамент для следующих поколений своих преемников. Определенные шаги в этом направлении уже сделаны. Однако существует ряд вопросов аппаратно-программного и методического направления, требующих решения в ближайшее время. В статье рассматриваются основные возможности и пути использования музыкально-компьютерных технологий как средство обучения людей с ограниченными возможностями здоровья по зрению музыкальному искусству.

Ключевые слова: людей с глубокими нарушениями зрения, музыкальное искусство, музыкальное образование, музыкально-компьютерные технологии.

A constructive approach to new music and information technologies brings opportunities for professional education and today is an integral part of the creativity of every blind musician, looking to the future and laying the Foundation for future generations of his successors. Certain steps have already been taken in this direction. However, there are a number of hardware, software and methodological issues that need to be addressed in the near future. The article deals with the main opportunities and ways of using music and computer technologies as a means of training people with disabilities in the vision of musical art.

Keywords: people with profound visual impairment, music art, music education, music computer technologies.

### ***Введение***

XXI век связан с активным развитием компьютерных технологий, которые позволяют существенно расширить способы получения и обработки информации [1; 2]. Высокотехнологичная информационная образовательная среда требует поиска новых подходов и принципиально новых систем обучения в Школе цифрового века [3]. Инновационная музыкальная педагогика на современном этапе связана с применением музыкально-компьютерных технологий (**МКТ**) — эффективного инновационного средства повышения качества обучения музыкальному искусству на всех уровнях образовательного процесса. В настоящее время **МКТ** являются незаменимым инструментом обучения для различных социальных групп в приобщении к высокохудожественной музыкальной культуре, а также уникальной технологией для реализации инклюзивного педагогического процесса при занятиях с людьми, имеющими ограниченные возможности здоровья (ОВЗ) [4]. Применение **МКТ** в сфере инклюзивного образования открывает широкие перспективы как перед людьми с ОВЗ, так и перед педагогами, работающими в данной области.

Особое значение имеет использование **мультимедийного компьютера (МК)** [5; 6; 7] музыкантами с ОВЗ по зрению, для которых он не только является средством осуществления контактов с «внешним миром», но и помогает в реализации их творческого потенциала и адаптации в современной социальной среде. Применение компьютера в образовательном процессе открывает перед незрячими и слабовидящими людьми широкие возможности для более эффективного освоения разнообразного по содержанию и способам представления учебного материала, в то же время, способствуя достижению положительных результатов обучения за более короткий срок. Однако освоение **МКТ** [8; 9; 10; 11] музыкантами с глубокими нарушениями зрения имеет ряд характерных особенностей, которые наиболее ярко проявляются в начальный период обучения.

### ***Психолого-педагогические особенности преподавания МКТ людям с ОВЗ по зрению***

Процесс преподавания **МКТ** людям с глубокими нарушениями зрения связан со следующими основными моментами. Прежде всего, компьютер облегчает незрячему человеку доступ к информации разного рода, однако при этом у лиц с ОВЗ по зрению возникает сложный комплекс психических реакций, которые педагогу необходимо иметь в виду при проведении занятий.

Специфика обучения незрячих **МКТ** заключается также и в том, что данный контингент учащихся разнороден по типу имеющихся зрительных патологий, по виду

нарушения зрения и т.д. При этом каждая группа лиц с ОВЗ по зрению, объединяемая на основе тяжести зрительной патологии, характеризуется наличием определенных психических особенностей, которые необходимо учитывать при организации учебного процесса. Существенную роль в освоении незрячими людьми основных компьютерных навыков играет их визуализация. Комплексным исследованием данной проблемы занимаются Ю. Криводонова и А. Воронов. По мнению современных ученых, зрение обеспечивает человеку около 90 % информации. Рассматривание изображения позволяет исследовать пространственные структуры, имеющиеся в объекте, а распределение оптических плотностей и цветов отражает важнейшие сведения о свойствах как реальных, так и виртуальных объектов окружающего мира. Таким образом, можно говорить о том, что визуализация имеет огромное значение в процессе освоения незрячими людьми компьютера, поскольку именно благодаря возможности человека создавать в воображении определенную картинку при изучении той или иной компьютерной программы у него складывается адекватное представление о собственных действиях; это, «формирует <...> образ себя как деятеля, способного разобраться в тех или иных вещах, в тех или иных компьютерных программах» [12, с. 255].

Особенно важную роль играет визуализация в освоении незрячими людьми объективно более трудных для изучения, чем базовые, *МКТ- программ*. Необходимо отметить, что у каждого человека, имеющего ОВЗ по зрению, независимо от времени наступления поражения зрительного анализатора и степени его тяжести визуализация сугубо индивидуальна. Данное явление обусловлено комплексом различных факторов и во многом зависит от стратегии семейного воспитания, от способа формирования у незрячего ребёнка или у взрослого человека, потерявшего зрение, «возможности мечтать – визуализировать, притягивать в свое воображение желаемые образы тех или иных предметов» [12, с. 256]. Необходимо подчеркнуть, что при освоении *МКТ* людьми с ОВЗ по зрению способность конкретного человека к визуализации нередко становится мощнейшим механизмом, позволяющим ему овладеть той или иной музыкальной программой.

Таким образом, для достижения наилучших результатов в обучении людей с ОВЗ по зрению преподавателю *МКТ* следует учитывать приведенные выше особенности. Педагогу, прежде всего, необходимо сформировать у незрячих учащихся умение соотносить реальный образ, появляющийся в процессе овладения определенными знаниями, с воображаемым. При этом следует уделять пристальное внимание индивидуальным особенностям каждого конкретного учащегося. Например, необходимо иметь в виду, что визуализация людей с врожденной слепотой обладает важной отличительной особенностью: образ, возникающий у них при изучении того или иного материала, первоначально создается на основе тактильного ощущения, а затем уже может наделяться зрительными элементами. Преподавателю необходимо давать материал, исходя из способа визуализации конкретного учащегося. В частности, если человеку с рожденной слепотой давать материал, опираясь лишь на зрительную информацию, он

мало что сможет понять, а если ту же самую информацию выдавать с учетом особенностей его восприятия, результат будет заметен сразу же.

Кроме того, необходимо обратить внимание на то обстоятельство, что в последнее время у людей с ОВЗ по зрению все чаще встречаются так называемые «сочетанные патологии», то есть наряду с глубокими нарушениями зрения имеются сопутствующие заболевания, нередко связанные с поражением центральной нервной системы. В основном вследствие этих заболеваний возникают трудности в усвоении предлагаемой информации, что значительно усложняет успешное осуществление процесса обучения. В связи с этим одну и ту же информацию преподавателю **МКТ** следует преподносить по-разному, учитывая весь комплекс психофизических особенностей конкретного человека. При этом для людей, имеющих сопутствующие заболевания, работа должна строиться дозированно, чтобы не нанести вреда их здоровью. Отмечается, что «таким реабилитантам не рекомендовано работать постоянно в наушниках, слушая голос синтезатора программ «Jaws» или «NVDA», т. к. именно наушники и звучащий голос синтезатора вызывают у реабилитанта повышенное чувство усталости» [4, с. 289].

Отметим, что все приведенные психолого-педагогические особенности обучения **МКТ** лиц, имеющих ОВЗ по зрению, в равной степени относятся как к работе со взрослыми людьми, так и к занятиям с детьми, обучающимися в специализированных музыкальных школах и музыкальных классах для детей с глубокими нарушениями зрения. Индивидуальный подход с учетом состояния здоровья и психологических особенностей конкретного человека – это основной принцип работы с незрячими людьми любого возраста.

#### ***Специфика применения МКТ на различных этапах обучения людей с ОВЗ по зрению***

Анализ особенностей использования **МКТ** людьми с глубокими нарушениями зрения показал, что в настоящее время при обучении незрячих музыкантов **МКТ** применяются главным образом в области среднего и высшего профессионального образования. С одной стороны, это связано с психологическими особенностями освоения **МКТ-программ** музыкантами, имеющими ОВЗ по зрению, а с другой – с системой музыкального образования в целом. Так, например, в большинстве колледжей и вузов наряду с традиционными дисциплинами существуют специальные предметы, в рамках которых студенты овладевают **МКТ** в их разнообразных проявлениях. Незрячие студенты учебных заведений среднего и высшего звена, занимаются преимущественно компьютерным музыкальным творчеством (созданием аранжировок, инструментовок, собственных музыкальных композиций), подготовкой цифровых фонограмм, реставрацией старых записей и звукорежиссурой [13; 14]. В специализированных музыкальных школах и музыкальных классах для детей с глубокими нарушениями зрения на данный момент подобные предметы отсутствуют. Это обусловлено комплексом причин: низким уровнем владения незрячими учащимися базовыми навыками пользователя РС; недостатком материально-

технических условий; отсутствием квалифицированных специалистов в данной области и т. д.

Выявление возможностей применения *МКТ* и создание специализированных методик при обучении музыке детей с глубокими нарушениями зрения – одна из наиболее актуальных задач современного инклюзивного образования. Данному вопросу посвящены выступления как ученых, так и педагогов-практиков - участников всероссийских и Международных научно-практических конференций, к наиболее значимым из которых относится «Современное музыкальное образование», проводимая совместно РГПУ им. А.И. Герцена и СПб. гос. консерваторией им. Н.А. Римского-Корсакова с 2002 г. (см., например, [15; 16]).

Применение *МКТ* в обучении незрячих детей должно быть дозированным, своевременным и пропорциональным возможностям каждого ученика, поскольку только индивидуальный подход с учетом состояния здоровья и психологических особенностей конкретного ребенка может стать основой занятий с детьми, имеющими ОВЗ по зрению.

При занятиях с незрячими учащимися реализуются обучающие, познавательные, креативные и коммуникативные возможности *МК*. Немаловажную роль в обучении детей с ОВЗ по зрению играет применение *МКТ* для создания Брайлевских адаптированных нотных сборников и учебно-методических пособий по теоретическим предметам, которые способствуют значительному расширению игрового репертуара начинающих незрячих музыкантов, а также обобщению и систематизации их теоретических знаний [17]. Использование коммуникативных возможностей *МК* в свою очередь содействует повышению эффективности учебного процесса, в то же время существенно расширяя музыкальный кругозор незрячих учеников, формируя и укрепляя их творческие контакты.

Однако для введения в учебный план специальных дисциплин, направленных на комплексное изучение *МКТ*, необходимы значительные изменения в системе начального музыкального образования детей с глубокими нарушениями зрения. Начинать реализацию подобных проектов, на наш взгляд, наиболее целесообразно с программ предпрофессиональной подготовки, направленных на поступление незрячих учащихся в музыкальные колледжи и высшие учебные заведения. В рамках подобных программ было бы логично заниматься практическим освоением потенциала музыкально-компьютерного творчества, изучать нотные редакторы и т.д. Овладение данным направлением *МКТ* возможно при соблюдении следующих условий: наличие компьютерного класса, оборудованного специализированной аппаратурой, рассчитанной на практическое применение детьми с ОВЗ по зрению; введение специальных дисциплин, ориентированных на детальное освоение разнообразных возможностей *МКТ-программ*; разработка и апробация учебных программ по данным предметам, адаптированных к *возможностям восприятия незрячих детей*. Лишь в этом случае представляется возможным постепенное систематическое внедрение *МКТ* в процесс обучения детей с глубокими нарушениями зрения на начальном этапе музыкального образования, которое

способно поднять возможности обучения музыке на новую ступень и обеспечить необходимый информационно-коммуникативный уровень адаптации незрячих людей в современной социальной среде и стать инструментом для реализации их творческого потенциала [18].

#### Заключение.

Итак, анализ особенностей применения МКТ людьми с ОВЗ по зрению показывает, что в настоящее время у незрячих музыкантов имеется возможность осваивать ряд МКТ-программ (секвенсоры, аудиоредакторы и др.), которые содействуют наиболее глубокому раскрытию их творческого потенциала. Конструктивный подход к новым музыкально-информационным технологиям несет в себе возможности профессионального образования и сегодня является неотъемлемой составляющей творчества каждого незрячего музыканта, смотрящего в будущее и закладывающего фундамент для следующих поколений своих преемников [19]. Определенные шаги в этом направлении уже сделаны. Однако существует ряд вопросов аппаратно-программного и методического направления, требующих решения в ближайшее время.

Одной из ключевых задач современного инклюзивного музыкального образования представляется решение проблемы работы незрячих музыкантов с нотным текстом [20]. В данном направлении существует 2 основных пути: адаптация уже имеющихся нотных редакторов [21] или создание принципиально новых [22; 23], что, исходя из имеющегося опыта, представляется более перспективным.

#### Литература

1. Философия коммуникации. Теоретико-методологические аспекты. Шипунова О.Д., Клягин С.В., Кузнецов Д.И., Антонова И.Б., Березовская И.П., Гиренок Ф.И., Гранин Ю.Д., Жукова Е.Н., Калмыков А.А., Мурейко Л.В., Романенко И.Б., Романенко Ю.М., Серкова В.А., Ростова Н.Н., Осипова Е.А. Санкт-Петербург, 2017. 272 с.
2. Философия коммуникации: проблемы и перспективы. Биби С., Сиберс Й., Антонова И.Б., Гиренок Ф.И., Березовская И.П., Гнатюк О.Л., Жукова Е.Н., Калмыков А.А., Клюканов И.Э., Клягин С.В., Коломейцев И.В., Кулсариева А.Т., Лукьянова Н.А., Мурейко Л.В., Протасенко И.Н., Сафонова А.С., Суший Е.В., Фелл Е.В., Фомин А.П., Штейнман М.А. и др. / Под редакцией С.В. Клягина, О.Д. Шипуновой. Санкт-Петербург, 2013. 260 с.
3. Воронов А.М., Горбунова И.Б., Камерис А., Романенко М.Ю. Музыкально-компьютерные технологии в Школе цифрового века // Вестник Иркутского государственного технического университета: Научный журнал, № 5(76), 2013. С. 256-261.
4. Воронов А.М., Горбунова И.Б. Музыкально-компьютерные технологии в обучении информатике студентов музыкальных вузов с нарушением зрения // Современное музыкальное образование – 2010: Материалы межд. научно-практич. конф. – СПб.: ООО «Издательство "ЛЕМА"», 2011. С. 287-290.
5. Горбунова И.Б. Музыкальный компьютер: монография. СПб.: «СМИО Пресс», 2007. 399 с.
6. Белов Г.Г., Горбунова И.Б., Горельченко А.В. Музыкальный компьютер (новый инструмент музыканта): учебное пособие для 10-11 кл. общеобраз. учреждений. Победитель конкурса по созданию учебной литературы нового поколения для средней школы, проводимого НФПК и Министерством образования Российской Федерации. СПб.: СМИО Пресс, 2006. 212 с.
7. Горбунова И.Б. Информационные технологии в музыке. Т. 3: учебное пособие. СПб.: Изд-во РГПУ им. А. И. Герцена. 2011. 411 с.
8. Горбунова И.Б. Феномен музыкально-компьютерных технологий как новая образовательная творческая среда // Известия РГПУ им. А.И. Герцена, 2004. № 4 (9). С.123-138.

9. Горбунова И.Б. Музыкально-компьютерные технологии - новая образовательная творческая среда // *Universum: Вестник Герценовского университета*, 2007. № 1. С.47-51.
10. Горбунова И.Б. Музыкально-компьютерные технологии в системе современного музыкального воспитания и образования // В сборнике: Педагогика и психология, культура и искусство. Материалы VII Межд. научно-практич. конф. "Педагогика и психология, культура и искусство: проблемы общего и специального гуманитарного образования", 2013. С. 7-12.
11. Горбунова И.Б. Музыкально-компьютерные технологии в подготовке педагога-музыканта // *Проблемы музыкальной науки*. 2014, № 3(16). С. 5-11.
12. Воронов А.М., Криводонова Ю.Е. Психолого-педагогические особенности освоения информационных технологий людьми с нарушением зрения // *Ребёнок в современном мире*. 2013. СПб., С. 251-256.
13. Воронов А.М. Новые образовательные стратегии в современном информационном пространстве: Сборник научных статей. СПб.: Лема, 2011. С. 156–160.
14. Морозов С.А. Роль современных компьютерных технологий в системе обучения музыкантов-инвалидов по зрению (на примере Курского музыкального колледжа-интерната слепых) // Материалы научно-практической конференции «Адаптивные технологии в учреждениях культуры как средство приобщения людей с нарушениями зрения к музыкальному искусству». СПб.: ООО «Гангут». 2014. С. 68-74.
15. Говорова А. А. Основные проблемы применения МКТ в обучении музыке детей с глубокими нарушениями зрения // *Современное музыкальное образование - 2015: материалы межд. науч.-практ. конф.* / под общ. ред. И.Б. Горбуновой. СПб.: Изд-во РГПУ им. А.И. Герцена, 2015. С. 313-315.
16. Беликов А. Ю. Некоторые особенности обучения детей с проблемами зрения работе с музыкально-компьютерными программами // Материалы научно-практич. конф. «Информационные компьютерные технологии и адаптивная тифлотехника: перспективы развития». СПб.: «Государственная библиотека для слепых и слабовидящих», 2016. С. 71–77.
17. Говорова А.А., Горбунова И.Б. Музыкально-компьютерные технологии в обучении детей с глубокими нарушениями зрения: особенности, проблемы, перспективы // *Теория и практика общественного развития*, 2015. № 12. С. 470 – 477.
18. Горбунова И.Б. Информационные технологии в художественном образовании // *Философия коммуникации: интеллектуальные сети и современные информационно-коммуникативные технологии в образовании: Научное издание* / Под ред. С.В. Клягина, О.Д. Шипуновой. СПб.: Изд-во Политех. ун–та, 2013. С. 192-202.
19. Воронов А. М., Говорова А. А. Музыкально-компьютерные технологии в инклюзивном образовании людей с ограниченными возможностями здоровья по зрению: анализ существующих проблем и перспектив применения // *Мир науки, культуры, образования*, 2017, № 2 (63). С. 210-212.
20. Говорова А.А. Освоение нотного текста детьми с глубокими нарушениями зрения: основные проблемы и пути их решения // *Современное музыкальное образование - 2014: материалы межд. науч.-практ. конф.* / под общ. ред. И.Б. Горбуновой. СПб.: Изд-во РГПУ им. А.И. Герцена, 2014. С. 428 – 431.
21. Морозов С. А. Адаптация программы-редактора нотных партитур Sibelius для незрячих // *Современное музыкальное образование - 2016: материалы межд. науч.-практ. конф.* / Под общ. ред. И.Б. Горбуновой. СПб.: Изд-во РГПУ им. А.И. Герцена, 2017. С. 435 – 441.
22. Захаров В.В. Разработка среды не визуального доступа на основе МКТ для инклюзивного музыкального образования // *Современное музыкальное образование - 2015: материалы межд. научно-практ. конф.* / Под общ.ред. И.Б. Горбуновой. СПб.: Изд-во РГПУ им. А.И. Герцена, 2015. С. 318 – 321.
23. Говорова А. А. Музыкально-компьютерные технологии в обучении музыке учащихся с ограниченными возможностями здоровья по зрению: некоторые проблемы и перспективы применения // *Мир науки, культуры, образования*, 2016, № 5 (60). С. 109-111.

**Пути и перспективы развития в области высшего образования в творческих  
вузах России и Китая**  
**Ways and Prospects of Development in the Field of Higher education in the  
Universities of Russia and China**

*Хабаровский государственный институт культуры, Россия*  
*Khabarovsk State Institute of Culture, Russia*

В статье рассматривается специфика образовательных программ вузов КНР по направлениям подготовки бакалавра по направлениям «Музыкальное образование», «Музыкально-инструментальное искусство». Анализируются цели и задачи обучения, рассматривается перечень изучаемых дисциплин. Намечаются перспективы развития международных отношений в области высшего образования между творческими вузами Китая и России.

Ключевые слова: Россия-Китай, творческие вузы, международное сотрудничество, музыкально-педагогическое образование, музыкально-компьютерные технологии.

The article deals with the specifics of educational programs of universities of China in the areas of bachelor's degree in "Music education", "Musical-instrumental art". The purposes and tasks of training are analyzed, the list of the studied disciplines is considered. The prospects of development of international relations in the field of higher education between creative universities of China and Russia are outlined.

Keywords: Russia-China, creative universities, international cooperation, music and pedagogical education, music computer technologies.

Творческие вузы России и Китая имеют богатый потенциал для взаимовыгодных контактов в образовательной и творческой сферах. Хабаровский государственный институт культуры (далее – ХГИК) постоянно расширяет географию международного сотрудничества и совместной деятельности в области подготовки специалистов высшего образования. В вузе обучается более 50 иностранных студентов из Китая по творческим направлениям подготовки. Примерно половина из них осваивает образовательные программы по музыкальным направлениям подготовки, остальные обучаются по программам в области хореографического искусства.

Обучающиеся из КНР имеют очень разный уровень подготовки, зачастую на выявление пробелов в знаниях, разности учебных программ, уяснения сильных и слабых сторон иностранных студентов затрачивается большое количество времени: необходимо определить, с каким «багажом» приезжают абитуриенты, какие они изучали дисциплины на родине, как им преподавались те или иные предметы на предыдущей ступени образования, какие ставились цели и задачи, на реализацию каких компетенций было нацелено образование, каким представляется высшее образование и многое другое.

Одним из важнейших путей совершенствования работы с иностранными обучающимися является анализ учебных планов и образовательных программ творческих направлений подготовки тех вузов КНР, откуда направляют в Россию студентов на обучение в бакалавриате, магистратуре, аспирантуре. В настоящей работе анализируются учебная программа «Музыкальное образование» по

направлению подготовки «Музыкальное выступление»<sup>1</sup> (профиль «Фортепиано») выпускника бакалавриата университета города Хэйхэ, а также «Музыковедение» выпускника бакалавриата Муданьдзяньского педагогического института.

Основная специализация учебной программы «Музыкальное образование» Хэйхэского университета обозначена следующим образом: вокальная музыка, фортепиано, художественная практика, музыкальный инструмент (китайские и зарубежные инструменты), фортепиано с сопровождением, хор, дирижирование. Основные дисциплины: музыка, танцы и теория искусства.

Среди целей обучения отмечаются основные:

1. *Способность реформировать базовое образование* (на освоение компетенций в этой области направлены такие учебные дисциплины, как «Обучение речи (педагогической)», «Современные образовательные технологии», «Научная дисциплина (методика)», «Психология», «Педагогика», «Каллиграфия»);

2. *Применение знаний разных аспектов музыки* (на освоение компетенций в этой области направлены такие учебные дисциплины, как «Теория музыки», «Сольфеджио», «Гармония», «Анализ музыкальной композиции», «Китайская народная музыка», «Зарубежная народная музыка», «История китайской музыки», «История западной музыки»);

3. *Первоначальная практика музыкальных навыков, теоретического анализа* (на освоение компетенций в этой области направлены такие учебные дисциплины, как «Художественная практика», «Вокал» (в том числе пение на итальянском и французском языках), «Фортепиано (с сопровождением)»<sup>2</sup>, «Музыкальные инструменты (китайские и зарубежные)», «Импровизация на фортепиано», «Хор», «Оформление эссе», «Введение в искусство», «Анализ музыкальной композиции»).

Учебный план состоит из двух основных частей: «Обязательный курс» и «Курсы по выбору». Также предлагается и освоение «Инновационного курса». Обращает на себя внимание наличие учебных дисциплин и практик с идеологическим и нравственно-воспитательным уклоном: «Социальная практика», «Общественно-полезный труд», «Идеологическое и нравственное воспитание», «Личностное развитие». Приятно отметить дисциплины «Пение русских песен», «Российское общество и культура». В ногу со временем осваиваются современные информационные и музыкально-компьютерные технологии через дисциплины «Компьютерный класс», «Создание MIDI», «Игра на синтезаторе». Среди учебных курсов по выбору, наряду с гуманитарными, общественными и естественными науками, «Инновационными», «Языковыми и письменными» курсами, выделяются «Курсы по художественной гимнастике».

В учебном плане предусмотрены «Военная теория» и «Военная подготовка», «Психическое и санитарное просвещение», «Обучение безопасности». В

<sup>1</sup> В Российской системе высшего образования аналогичное направление подготовки носит наименование «Музыкально-инструментальное искусство» (по профилям).

<sup>2</sup> Здесь, по-видимому, осваивается общий курс фортепиано и концертмейстерское мастерство.

обязательный для освоения программы блок входят и такие дисциплины, как «Основы марксизма», «Учение Мао Цзэдуна и теория социализма с китайской спецификой», «Ситуация в политике». Большой блок отведен под исторические дисциплины: «Современная китайская история», «История реки Хэйлунцзян». К инновационным направлениям (курсам) относятся участие в научно-исследовательской деятельности, социальные исследования, публикация монографий и научных трудов.

Отмечается, что «после окончания школы будущим студентам необходимо пройти курс морального воспитания и физического здоровья. Студенты должны пройти все курсы и занятия, предписанные программой в установленные сроки, получить соответствующие кредиты и соответствовать стандартам выпускника». Результаты освоения программы представляются в виде дипломной работы и отчетного концерта. При успешном освоении образовательной программы «в соответствии со стандартами присуждается степень бакалавра искусств».

По приложению к дипломам выпускников вузов Китая также можно судить о наборе дисциплин, введенных в образовательную программу вуза и их роли в учебном плане. В частности, анализ приложения к диплому по направлению подготовки «Музыкальное выступление»<sup>1</sup> (профиль «Фортепиано») выпускника уровня бакалавриата Хэйхеского университета выявляет наличие обязательных и факультативных дисциплин, практик и дипломного проекта (в виде концерта). Среди обязательных дисциплин, наряду с привычными для нас учебными предметами «Философия», «Иностранный язык», «Музыкальный инструмент (фортепиано)», «История западной музыки», «Теория музыки», «Музыкальная форма», «Гармония», выделяются такие дисциплины, как «Воспитание полового здоровья», «Военная теория», «Основные принципы Марксизма», «Идеи Мао Цзэдуна и теоретическая система социализма с китайской спецификой», «Серия важных речей Генерального секретаря Си Цзиньпина». Из факультативных дисциплин большая роль отводится физическому развитию: «Физкультура», «Волейбол» и даже «Русский танец». Предусмотрено освоение современных информационных и музыкально-компьютерных технологий: «Основы ЭВМ», «Клавишные инструменты», «Музыкальный редактор».

Удельный вес на подобные дисциплины приходится в образовательной программе «Музыковедение» выпускника уровня бакалавриата Муданьдзяньского педагогического института: «Редактирование аудио», «Анализ и написание мультиголоса», «Принцип и практика смешивания звуков», «Цифровое виртуальное инструментальное исполнение», «Аранжировка и продюсирование музыки». Важную роль играют такие традиционные для музыковедения дисциплины, как «Сольфеджио», «Теория музыки», «Гармония», «История музыки». Изучаются «Основы вокала», «Основы исполнения на фортепиано», «Музыкальное творчество».

---

<sup>1</sup> В Российской системе высшего образования аналогичное направление подготовки носит наименование «Музыкально-инструментальное искусство» (по профилям).

Также обязательной дисциплиной является «Серия важных речей Генерального секретаря Си Цзиньпина».

Для российского вуза, принимающего в свое образовательное пространство студента из КНР, чрезвычайно важен тщательный анализ его базовой подготовки и образовательной среды, в которой воспитывался абитуриент. Конечно, здесь есть определенные трудности, в первую очередь языковые, географические, ментальные. Однако в дальнейшем представляется перспективным продолжение работы по изучению и анализу различных источников учебного, учебно-методического плана вузов Китая. Необходимо продолжать работу по обмену информацией и опытом профессиональной творческо-педагогической деятельности с целью нахождения путей оптимального развития международных отношений в области высшего образования [1 - 3].

Одним из таких направлений является организация сетевого взаимодействия между вузами и использование мобильных технологий в образовании. Современные облачные технологии позволяют педагогу-музыканту организовать свое пространство в сети и обеспечить коммуникацию с любыми обучающимися – участниками «культурного диалога». Облачные технологии стремительно внедряются в современную систему музыкального образования: в большинстве образовательных учреждений ведутся электронные дневники, преподаватели имеют личные электронные кабинеты, персональные сайты, на различных платформах создаются электронные учебники, предлагаются продукты, обеспечивающие возможность самостоятельного обучения (в частности, мобильные образовательные технологии, приложения для планшетных устройств – см., например, работы [4 - 6]).

Из последних условно выделить три группы планшетных приложений, которые могут быть полезны музыкантам, это:

1. эмуляторы музыкальных инструментов;
2. обучающие (развивающие) приложения;
3. вспомогательные инструменты.

К первой группе относятся различные «продукты», имитирующие звучание реальных акустических музыкальных инструментов, например: «Perfect piano» (имитатор клавиатуры фортепиано, с возможностью выбора режима двух клавиатур для одновременной игры двух пианистов), «Android accordeon» (имитатор двух клавиатур аккордеона, с возможностью игры двумя руками, как на реальном аккордеоне), «Zamrona» (флейта пана), и другие имитаторы духовых, струнных, ударных и клавишных инструментов.

Приложения второй группы – обучающие (развивающие), разнообразны как по методическому наполнению, смысловому содержанию, так и по возрастной направленности. Так, большую популярность среди музыкантов-педагогов приобрело планшетное приложение «Абсолютный слух», призванное помочь в освоении основ теории музыки и элементов сольфеджио. Продукт содержит материал для теоретического усвоения, а также упражнения и задания для выполнения, которые моментально оцениваются, проводится работа над ошибками. Интересную функцию

выполняет приложение «Tonal Harmony», определяющее в реальном времени звучания музыкального произведения гармонический (тональный) план.

К третьей группе можно отнести те приложения, которые в той или иной мере могут помочь в техническом смысле обеспечения исполнительской или деятельности музыкально-педагогической.

Отметим, что в разработке новых образовательных маршрутов и направлений по обмену информацией и опытом профессиональной творческой и педагогической деятельности в области музыкального искусства и музыкальной педагогики большое значение имеет грамотное и своевременное использование богатого потенциала современных музыкально-компьютерных технологий (МКТ) [7 - 11]. Разработанная в учебно-методической лаборатории Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена система «Музыкально-компьютерные технологии в образовании» может быть использована в обучении китайских студентов в российских музыкальных и педагогических вузах, академиях музыки и консерваториях для гибкого и контекстно-ориентированного образовательного процесса, а также – в целом - формирования путей оптимального развития международных отношений в области высшего музыкального образования между студентами из КНР, обучающимися в российских музыкальных и художественных вузах.

#### Литература

1. Горбунова И.Б. Педагогический университет сегодня: новые педагогические технологии (на примере деятельности учебно-методической лаборатории "Музыкально-компьютерные технологии") // Мир науки, культуры, образования. 2016. № 6 (61). С. 256-260.
2. Философия коммуникации. Теоретико-методологические аспекты. Шипунова О.Д., Клягин С.В., Кузнецов Д.И., Антонова И.Б., Березовская И.П., Гиренок Ф.И., Гранин Ю.Д., Жукова Е.Н., Калмыков А.А., Мурейко Л.В., Романенко И.Б., Романенко Ю.М., Серкова В.А., Ростова Н.Н., Осипова Е.А. Санкт-Петербург, 2017. 272 с.
3. Философия коммуникации: проблемы и перспективы. Биби С., Сиберс Й., Антонова И.Б., Гиренок Ф.И., Березовская И.П., Гнатюк О.Л., Жукова Е.Н., Калмыков А.А., Клюканов И.Э., Клягин С.В., Коломейцев И.В., Кулсариева А.Т., Лукьянова Н.А., Мурейко Л.В., Протасенко И.Н., Сафонова А.С., Суший Е.В., Фелл Е.В., Фомин А.П., Штейнман М.А. и др. / Под редакцией С.В. Клягина, О.Д. Шипуновой. Санкт-Петербург, 2013. 260 с.
4. Горбунова И.Б., Помазенкова М.С., Товпич И.О. Планшетные и музыкально-компьютерные технологии в системе профессионального музыкального образования // Теория и практика общественного развития. 2015. № 8. С. 211-219.
5. Горбунова И.Б., Помазенкова М.С. Музыкально-компьютерные и облачно-ориентированные технологии в системе современного музыкального образования // Научное мнение. 2015. № 3-2. С. 68-82.
6. Гончарова М.С., Горбунова И.Б. Планшетные (мобильные) технологии в профессиональном музыкальном образовании // Медиамузыка. 2016. № 6. С. 3.
7. Горбунова И.Б. Музыкально-компьютерные технологии как новая обучающая и творческая среда // В сборнике: Современное музыкальное образование-2002: материалы Международной научно-практической конференции. Российский государственный педагогический университет им. А.И. Герцена, Санкт-Петербургская государственная консерватория им. Н.А. Римского-Корсакова / Под общ. ред. И.Б. Горбуновой. 2002. С. 161-169.
8. Горбунова И.Б. Музыкально-компьютерные технологии в общем и профессиональном музыкальном образовании // В книге: Современное музыкальное образование-2004: материалы международной научно-практической конференции. Российский государственный педагогический университет им. А.И. Герцена, Санкт-Петербургская

- государственная консерватория им. Н.А. Римского-Корсакова / Под общ. ред. И.Б. Горбуновой. 2004. С. 52-55.
9. Горбунова И.Б., Родионов П.Д., Романенко Л.Ю. Музыкально-компьютерные технологии в формировании информационной компетентности современного музыканта // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Гуманитарные и общественные науки. 2013. № 1 (167). С. 39-45.
10. Горбунова И.Б., Панкова А.А. Музыкально-компьютерные технологии как фактор становления профессиональной компетентности современного музыканта-педагога // Вестник Иркутского государственного технического университета. 2013. № 12 (83). С. 390-396.
11. Горбунова И.Б. Музыкально-компьютерные технологии как социально-культурный фактор интеллектуального и эмоционального развития личности в школе цифрового века // Общество: философия, история, культура. 2015. № 5. С. 22-29.

УДК 378.147.333, ББК 75

В.В. Евсеев<sup>1</sup>, Л.М. Волкова<sup>2</sup>  
Vladimir Evseev, Ludmila Volkova  
uznik\_2001@mail.ru  
volkovalm@bk.ru

**Физическая культура: сетевые технологии образовательной деятельности**  
**Physical education: networking technology educational activities**

*Санкт-Петербургский Политехнический университет Петра Великого<sup>1</sup>*  
*Санкт-Петербургский государственный университет гражданской авиации<sup>2</sup>*  
*Peter the Grete St. Petersburg State Polytechnic University*  
*Saint- Petersburg state University of civil aviation*

Статья посвящена проблемам необходимости освоения физической культуры для поддержания личностного ценностного потенциала в новых информационно-коммуникативных средах. Авторы отмечают важность мотивационной установки на формирование социально-культурных компонентов потенциала личности. Отмечаются тенденции к расширению сетевого характера организации образовательной деятельности, изменению параметров взаимодействия в рамках физкультурного воспитания.

Ключевые слова: физическая культура, коммуникативная среда, образовательный процесс, мотивация, ценностный потенциал личности.

The article is devoted to the problems of the need to develop physical education to maintain personal value potential in new information and communication environments. The authors note the importance of the motivation for the formation of socio-cultural components of the potential of the individual. There are tendencies to the expansion of the network nature of the organization of educational activities, changes in the parameters of interaction in the framework of physical education.

Keywords: physical education, communicative environment, educational process, motivation, value potential of an individual.

Изменение качества жизнедеятельности человека и повышение роли социально-культурных факторов в этих процессах оживляют поиски моделей повышения уровня физической и спортивной культуры. Освоение комплекса ценностей движений и богатства их содержания, а также технологий и методик физической культуры и спорта должны рассматриваться существенными в самореализации профессионального потенциала личности. Проблемы модернизации физического воспитания в образовательном пространстве вуза широко обсуждаются в научном сообществе [1; 2; 3; 4].

Сегодня усложнение и объемность параметров деятельности социальных систем, самого человека как субъекта увеличивают накапливаемый объем информации, знаний и акцентируют роль концептуальных и интеллектуальных параметров коммуникативного взаимодействия [5, С. 109]. Эффективное использование средств физической культуры, спорта актуализирует проблему необходимости формирования мотивации к внедрению в параметры жизнедеятельности и «образа жизни потребностей достаточно высокой физической, социальной, интеллектуальной и духовной работоспособности» [6, С. 247]. Общество испытывает необходимость создания нового класса, для которого «специализация будет заменяться многофункциональностью, воспроизводство по шаблонам – креативностью, вертикальные формы отношений всё больше горизонтальными, бюрократия – самоуправлением и манипуляцией» [7, С. 16].

Тенденции образовательной сферы характеризуются расширением информационно-технологических сред, а также коммуникационных технологий [8]. Глобальные мобильные среды обеспечивают появление и функционирование новых знаний, адекватных и опережающих вызовам техногенного пространства цивилизации. Социотехническая система становится определяющей платформой научных инноваций и изменений и, как правило, приводит к необходимости использования огромных информационных ресурсов и поиска новых технологий, применимых в производстве и распространении новых знаний [9, С. 422].

В то же самое время, возникает ситуация, когда студенты вуза будут тяготеть к «примитивным» способам получения профессиональных знаний, т.к. «социокультурная среда формирует ментальность через систему знаний, мировоззрение, религию, стандарты поведения и «святости», моральные законы и критерии организации социальных отношений, транслируя смыслы благодаря когнитивным способностям субъекта» [10, С. 12]. Включение продуктов технического прогресса в образовательную сферу открывает новые современные технологические возможности профессионализации образования в цифровой экономике, изменяют интеграционные взаимосвязи элементов взаимодействия, а также формируют коммуникативные компетенции [11]. Сетевые формы организации учебной деятельности, базирующиеся в основном на горизонтальных связях, предоставляют студентам «возможности сдачи норм ГТО на различных площадках и реальность «зачета» этих данных при поступлении в вузы и другие учебные заведения, осуществление студенческой мобильности, определение профессиональной успешности молодого специалиста при определении уровня развития индивидуальной физической культуры личности. Другими формами реализации сетевого формата обучения выступает возможность выбора секционных форм занятий физической культурой и широкое участие студентов в различных спортивно-массовых мероприятиях разного уровня» [12, С. 19]. Но следует учитывать, что «информационно-сетевые технологии нейтрализуют особенности индивидов для обеспечения их взаимосвязи и взаимопонимания...» [13, С. 97- 98].

В основе проявления физкультурно-спортивной активности лежит желание повысить свою физическую подготовленность (55 %), необходимость оптимизировать вес, улучшить физические данные (46 %), получить зачет (25 %), снять усталость (22 %) [14, С. 214], воспитать волю, характер, формировать ценностно-мотивационные установки. Освоение современных технологий физической культуры студентов вуза должны рассматриваться в качестве мощного внутреннего стимула саморазвития личности, раскрытия ее креативных способностей, что сопряжено с поиском новой качественной определенности личности и актуализирует проблему духовного дискурса в физическом развитии человека [15, С. 121]. Виды и формы физической активности могут быть самые разнообразные, в том числе в последнее время стал привлекателен, например, туризм [16; 17], массовые спортивные мероприятия [18], походы выходного дня [19], экскурсии [20] и др.

В условиях становления общества знания свободный по определению индивид, ориентированный на ценность свободы выбора, попадает в рамки производственно-экономических ресурсов со всеми его эмоционально-интеллектуальными способностями и смысложизненным миром. «В ближайшей перспективе постиндустриальной эпохи полагается, что работники должны привносить в производственный процесс весь свой культурный багаж, приобретенный в играх, занятиях спортом и других формах самодеятельности, самообучения, самосовершенствования» [21, С. 161].

Имеющиеся концепции образовательной парадигмы физического воспитания требуют понимание физической культуры отдельного человека и ее роли в развитии общества. Современная социотехническая система и социокультурная среда [22] создают глобальную платформу интеграции человека с информационно-коммуникативными средствами. Существует тесная взаимосвязь и взаимовлияние информационно-коммуникативных технологий и ценностных ориентаций личности. Интернет технологии и сетевой характер коммуникаций изменяют алгоритм образовательной среды, смысловую наполненность знания и его использования и тесно связан с развитием мотивационно-ценностного восприятия физической культуры.

#### Литература

1. Евсеев В.В. Физкультурная деятельность: некоторые аспекты анализа трансформации концептуальных оценок // Технологии PR и рекламы в современном обществе Печатается по решению Совета по издательской деятельности Ученого совета Санкт-Петербургского политехнического университета Петра Великого. СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2018. С. 81-85.
2. Евсеев В.В., Намазов А.К., Шарнин Н.П. Физическая культура и ее ценности в структуре жизнедеятельности // Стратегические направления реформирования вузовской системы физической культуры сборник научных трудов V Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого. - СПб. : Изд-во Политехн, ун-та, 2018. С. 27-30.
3. Евсеев В.В., Волкова Л.М. Информационные ресурсы формирования физической культуры // Коммуникативные стратегии информационного общества Труды IX Международной научно-теоретической конференции. – СПб. : Изд-во Политехн. ун-та, 2017. С. 45-48.

4. Волкова Л.М., Бушма Т.В., Волков В.Ю., Зуйкова Е.Г. Компьютерные технологии на учебных занятиях по физической культуре в вузе // Культура физическая и здоровье. 2015. № 1(52). С. 69-72.
5. Евсеева Л.И., Шипунова О.Д. Трансформация образовательной среды в условиях сетевого общества // Коммуникативные стратегии информационного общества Труды IX Международной научно-теоретической конференции. СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2017. С. 109–115.
6. Евсеев В.В., Намазов А.К., Сущенко В.П. Потенциал ценностного отношения студентов к физической культуре // Стратегические направления реформирования вузовской системы физической культуры Сборник научных трудов Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2017. С. 246-251
7. Поздеева Е.Г. Контуры социального будущего в сингулярной реальности: социологический взгляд на проблему // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Гуманитарные и общественные науки. 2017. Т. 8. № 2. С. 7–19. DOI: 10.18721/JHSS.8201)
8. Быльева Д.С. Влияние информационно-коммуникационных технологий на образование // ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ КУЛЬТУРА СПЕЦИАЛИСТА БУДУЩЕГО материалы международной конференции. СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2017. С. 130–136.
9. Евсеева Л.И., Тараканова Т.С., Матвеевская А.С. Научная коммуникация в образовательном пространстве университетов // ЧЕТВЕРТАЯ ПРОМЫШЛЕННАЯ РЕВОЛЮЦИЯ: РЕАЛИИ И СОВРЕМЕННЫЕ ВЫЗОВЫ. X ЮБИЛЕЙНЫЕ САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЕ СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ ЧТЕНИЯ сборник материалов Международной научной конференции. СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2018. С. 421-425.
10. Шипунова О.Д. Проблема трансляции смысла: логос в системе коммуникации // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Гуманитарные и общественные науки. 2011. Т. 2. № 124. С. 9–15.
11. Тростинская И.Р., Сафонова А.С., Покровская Н.Н. Профессионализация образования в цифровой экономике и коммуникативные компетенции // Планирование и обеспечение подготовки кадров для промышленно-экономического комплекса региона. 2017. Т. 1. С. 35–37.
12. Евсеев В.В. Современная образовательная среда: поиски моделей развития // Вопросы методики преподавания в вузе. 2018. Т. 7. № 24. С. 16-23. DOI: 10.18720/HUM/ISSN 2227-8591.24.2
13. Шипунова О.Д., Мурейко Л.В. Когнитивные сценарии в конструировании массового сознания // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского политехнического университета. Гуманитарные и общественные науки. 2016. № 3 (250). С. 93-101. DOI: 10.5862/JHSS.250.11
14. Половников П.В., Евсеев В.В., Волкова Л.М. Отношение студентов к физической культуре // Стратегические направления реформирования вузовской системы физической культуры: сборник научных трудов Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2016. С. 212-215.
15. Евсеев В.В., Намазов А.К., Половников П.В. Трансформация физкультурного образования: гуманистический тренд // Коммуникативные среды информационного общества Тренды и традиции Труды Международной научно-теоретической конференции / Ответственный за выпуск О.Д. Шипунова. СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2016. С. 120 –124.
16. Матвеевская А.С., Погодина В.Л. Академический туризм как инструмент формирования международного образовательного пространства // ТРУДЫ ИНСТИТУТА БИЗНЕС-КОММУНИКАЦИЙ / Под общей редакцией М.Э. Вильчинской-Бутенко. Санкт-Петербург, Изд-во: Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна (Санкт-Петербург). 2017. С. 115–127.
17. Башкарев А.А. PR-сопровождение событийного туризма в Ленинградской области // Технологии PR и рекламы в современном обществе Материалы XII Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2017. С. 18-21.
18. Васильева О.О. Проблемы идентификации институциональной среды развития предпринимательства в туристско-рекреационной сфере // EUROPEAN SOCIAL SCIENCE JOURNAL. 2017. № 12-1. С. 166-170.

19. Половников П.В., Евсеев В.В. Специализация «Походы выходного дня» в структуре учебных занятий по физической культуре // Стратегические направления реформирования вузовской системы физической культуры Сборник научных трудов Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2017. С. 121-126.
20. Тараканова Т.С. Особенности организации экскурсии как образовательной технологии // Инновационные подходы к интегрированному обучению иностранным языкам и профессиональным дисциплинам в системе высшего образования: Материалы международной школы-конференции 27-30 марта 2017 года / под общ. ред Д.И. Кузнецова. СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2017. С. 393-395.
21. Философия коммуникации. Теоретико-методологические аспекты / монография / Под ред. С.В. Клягина, О.Д. Шипуновой. СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2017. -272 с. ISBN 978-5-7422-5789-9
22. Шипунова О.Д., Коломейцев И.В. Социотехническая система и социокультурная среда в современном обществе // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Гуманитарные и общественные науки. 2010. Т.1. № 105. С. 15-21.

УДК 796.011.3:316.772-028.22, ББК 75.110

И.Г. Калина, Р.А. Айдаров  
Irina Kalina, Rustam Aydarov  
KalinaIrinaGenn@yandex.ru

## **Визуальная коммуникация в физкультурном образовании** **Visual communication in physical education**

*Набережночелнинский институт Казанского федерального университета*  
*Kazan Federal University Naberezhnye Chelny Institute*

В статье раскрывается потенциал и способы визуализации учебной информации в физкультурном образовании, роль представлений и мысленных кинестетических ощущений в тренировочном процессе. Визуализация учебного материала рассматривается как коммуникация между преподавателем и обучающимся. Характеризуется образовательный процесс, акцентированный на использование моделей электронного обучения.

Ключевые слова: коммуникация, визуализация учебной информации, физкультурное образование.

The article reveals the potential and ways of visualization of educational information in physical education, the role of representations and mental kinesthetic sensations in the training process. Visualization of educational material is considered as a communication between the teacher and the student. The educational process focused on the use of e-learning models is characterized.

Keywords: communication, visualization of educational information, physical education.

Коммуникация (общение) – один из древнейших видов взаимодействия между людьми, порождаемый необходимостью установления и развития контактов, передачи информации, обеспечения безопасности и другими потребностями совместной жизнедеятельности. Беря свое начало в жестикуляциях, мимике, письменных знаках, оставляемых первобытным человеком на окружающих предметах, коммуникация современных людей обеспечивается еще и средствами, обусловленными технологическим и информационным прогрессом последних лет.

То, с чем и как мы сегодня работаем, учимся, живём и общаемся, во многом, определяется новыми технологиями. Обновляются и форматы образования – в организации учебного процесса упор делается на использование моделей электронного обучения [1, 2]. Это, несомненно, способствует реализации важной

задачи – активизации обучающихся в процессе учения, не снижая при этом роли педагога. Из транслятора знаний он превращается в модератора, навигатора, консультанта, тренера. Образовательный процесс, построенный на такой основе, характеризуется доступностью, возможностью приспособления обучающих систем запросам учебных программ, широким сотрудничеством педагогов и обучающихся в рамках сетевого взаимодействия при решении конкретных практических задач. Образование насыщается большим объемом разнопланового наглядного тематического и контрольного материала, что позволяет пользователю электронных ресурсов длительно и продуктивно взаимодействовать с различными информационными ресурсами и делает обучение более увлекательным и эффективным [3]. Визуализацию учебной информации следует рассматривать как своего рода коммуникацию между преподавателем и обучающимся [4]. А функции визуальных средств не следует сводить лишь к иллюстративным.

В физкультурном образовании прослеживается расширение применяемых в учебном процессе средств, появление новых способов представления информации, её значительное увеличение, что влечет за собой требование к обучающимся в отношении способности её правильно воспринимать и усваивать, умений визуализировать учебный материал, то есть не только видеть, но и мысленно представлять, создавая наглядные схематичные образы, отличающиеся большей полнотой, целостностью и обобщенностью [5]. По мнению педагогов и психологов, когда знания запечатлеваются в системе визуально-пространственной памяти, новая информация усваивается лучше.

Одной из задач физической тренировки является обучение новым двигательным действиям и совершенствование умений и навыков в выполнении различных технических элементов видов спорта. Визуальная коммуникация здесь особенно важна. Наглядный просмотр движения, прослушивание его темпа создают разностороннее представление о действии. А благодаря точному зрительному, слуховому и двигательному восприятию изучаемого действия, его визуализация, как мысленное представление, способствует более быстрому пониманию занимающимися структуры выполняемых заданий, расширяет ориентировочную основу для последующего воспроизведения, а в дальнейшем и более прочному усвоению нового материала.

Поэтому педагогическая система организации учебной деятельности должна ставить на первое место реализацию наглядности, как метода, который в физическом воспитании обеспечивается как непосредственной демонстрацией действия (самим преподавателем или кем-то из спортсменов, освоившим данное упражнение), так и опосредованной наглядностью, обеспеченной мультимедийными технологиями (кино- и видеофильмы, рисунки, схемы, кинограммы, и др. электронные ресурсы).

С их помощью показ техники упражнения может осуществляться в разном ракурсе и темпе, с остановками и сопровождающими комментариями. Предметные изображения обеспечивают концентрацию внимания занимающихся на деталях (например, последовательности фаз движений или статических положениях).

Демонстрируемое в видеофильме движение можно многократно повторить или замедлить, а графическая демонстрация служит пониманию особенностей структуры двигательного действия (например, угол наклона туловища в беге на короткие дистанции).

Для прочувствования двигательного действия упражнение должно выполняться самим занимающимся в замедленном темпе, могут использоваться остановки с фиксацией частей тела в отдельные фазы, некоторые сложнокоординационные движения могут управляться рукой тренера (например, при обучении метанию ядра). Некоторые специальные тренажеры позволяют прочувствовать мышечное напряжение и положение тела в различные моменты действия, а другие средства срочной информации (тензоплатформы, электрогониометры, фотоэлектронные устройства, свето- и звуколидеры, электромишени) – получить занимающимся информацию о скорости, ритме, амплитуде движения. Современные тренажерные устройства, оборудованные встроенными компьютерами (велоэргометры, эллиптические тренажеры, степперы), снабжены системами контроля и регулирования нагрузки, профиль которой графически отображается на их дисплее.

Визуализация предполагает помимо демонстрации также воображение действия или мысленное его представление. Начинающие и опытные спортсмены успешно используют метод воображаемых движений для ускорения обучения новым приемам и совершенствования уже сложившихся навыков. В спорте это называется идеомоторной тренировкой, заключающейся в представлении спортсменом необходимого движения с наиболее правильным его исполнением и как бы прочувствованием степени напряжения мышц при этом. Опорно-двигательная система спортсмена в такой момент рефлекторно напрягает и расслабляет отдельные мышечные группы, согласно траектории движения. Это особенно актуально для спортсменов сложнокоординационных видов спорта (гимнастов, акробатов, борцов, игровиков, сноубордистов) [6].

#### Литература

1. Wiemeyer, Josef. Students' use of and attitudes towards information and communication technologies in sport education cross-sectional surveys over the past 15 years. 11th International symposium of computer science in sports (IACSS, Univ Konstanz, Konstanz, Germany). 2018. Vol. 663. 139-150.
2. Болгов В.Н., Перепёлкин В.В. Применение лекции-визуализации для передачи учебной информации на теоретических занятиях по физической культуре // Формирование физической культуры и культуры здоровья учащихся в условиях модернизации образования. 2015. С.33-37.
3. Халилова Л.И., Склярова И.В. К вопросу об организации теоретического курса по дисциплине «Физическая культура» // Стратегические направления реформирования вузовской системы физической культуры. СПб. 2018. С.59-61.
4. Fan, Fei. The lack and construction of teaching communication in college sports teaching. 3rd Annual international conference on management science. 2017. Vol. 50. 139-141.
5. Калина И.Г. Роль визуальных представлений при обучении двигательным действиям // Актуальные проблемы физической культуры и спорта. 2016. С.346-350.
6. Москвин Н.Г., Калина И.Г. Методы визуализации в каратэ // Культура физическая и здоровье. 2016. № 2 (57). С.76-77.

**Логическая подготовка в информационном обществе: потребность и  
направленность**  
**Logical education in the information society: need and direction**

*Сибирский государственный университет путей сообщения, г. Новосибирск*  
*Siberian Transport University, Novosibirsk*

Анализируются проблемы формирования логического мышления, возникающие в информационном обществе. Обосновывается необходимость практически ориентированного курса логики в системе современного высшего профессионального образования. Предлагается программа адаптированного к новым задачам курса логики.

Ключевые слова: прикладная логика, преподавание логики, рационально-критическое мышление.

The article is devoted to the problems of the formation of logical thinking in the information society. The authors argue a necessity of a practically oriented logic course in the system of modern higher professional education.

Keywords: applied logic, logic teaching, rational-critical thinking.

Характеристикой информационного общества, определяющей его сущность, является простота доступа к самым разнообразным информационным ресурсам, возможность быстрого получения практически любой потребовавшейся в данный момент человеку информации. Обратной стороной этой новой реальности, на которую в настоящее время обращается сравнительно мало внимания, оказывается изменение сравнительной сложности акта самостоятельного размышления и поискового запроса. Сфера ситуаций повседневной жизни, в которых нужно подумать, сопоставить, сделать вывод, в информационном обществе постоянно сокращается за счет возрастающей информационной поддержки. Обращение к информационным ресурсам постепенно вытесняет ранее всеобщие простейшие интеллектуальные навыки: например, в последние годы отмечается снижение умения населения самостоятельно пользоваться дорожными картами и масштабными планами, как следствие распространение навигационных систем, которые выдают результат ориентирования в готовом виде. Возрастание этой тенденции грозит в конечном счете разрушением самой природы творческого мышления, требующего гибкого и нестереотипного применения имеющихся данных. В конечном счете индивид, через сознание которого проходят огромные потоки информации, может так и не получить знаний; ведь «Что имеется в виду, когда говорят, что человек знает или владеет знаниями? Подразумевается, что он способен к координированным действиям с целью достижения определенных целей или решения задач» [1]. Иными словами, формирование знания требует развития рационально-критического мышления [2].

Одним из способов противодействия «воли к безмыслию» является изучение логики вуза. Логика – наука о правилах мышления; логический тренинг формирует навыки активной интеллектуальной работы и, помимо практических целей, может

быть в современных условиях сопоставлен со спортивными тренировками, необходимыми для сохранения физической активности. При этом нет смысла в преподавании как дисциплины описательного характера, сообщающей студенту некоторое количество сведений о мышлении и его компонентах. Логика нужна именно как операциональная дисциплина, нацеленная на тренинг навыков интеллектуальной деятельности. На наш взгляд, логика в вузе должна представлять собой небольшой, практически ориентированный курс, направленный на отработку техники осуществления ряда познавательных действий: подбор термина для выражения той или иной идеи, формулировка определения термина, составления плана (например, реферата или другой учебной работы), построение вопроса и ответа, точно соответствующего вопросу, выявление противоречий в рассматриваемом текстовом материале с соответствующей оценкой его истинности, выявление в том же тексте тезиса и основных аргументов и оценка степени их убедительности, различение необходимого и предположительного вывода и умение построить то и другое.

Логика в таком прочтении может использоваться в качестве курса по выбору. Такой курс допускает планирование в разном объеме, причем даже небольшой курс будет полезным, а при наличии достаточного учебного времени объем тренингов и круг затрагиваемых тем может увеличиваться. Идеальным вариантом в многоуровневой системе подготовки представляется сочетание базового курса логики в школе, ориентированного на учебные задачи курса в начале обучения в вузе и расширенного, соединенного с методологией науки курса на магистерском уровне.

Литература

1. Зелены М. Знание против информации // Элитариум 2.0. URL: [http://www.elitarium.ru/znanie\\_protiv\\_informacii/](http://www.elitarium.ru/znanie_protiv_informacii/) [Дата доступа 28.06.2016]
2. Мартишина Н. И. Базовый уровень знаний как объект нормирования в системе образования // Высшее образование в России. 2015. № 3. С. 98 – 104.

УДК 316.7, ББК 60.54

В.Л. Леонтьева, А.Г. Танова  
Veronika Leonteva, Anna Tanova  
[v-leontyeva@mail.ru](mailto:v-leontyeva@mail.ru), [tanovaann@mail.ru](mailto:tanovaann@mail.ru)

### **Физическая активность учащихся как фактор адаптации к университетской среде**

### **Physical training of students as a factor of adaptation to university sphere**

*Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого  
Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University*

Физическая активность является одним из важных факторов адаптации учащихся к профессионально ориентированной университетской среде. Важное значение здесь приобретает сознательный выбор учащимися наиболее предпочтительных для них видов регулярной физической активности в рамках предложенных университетом вариантов, что играет важную роль в формировании основ ответственного отношения к своему здоровью. Ведущие вузы рассматривают физическое здоровье и развитие учащихся как одно из условий успешной реализации будущим специалистом своих профессиональных функций.

Ключевые слова: адаптация, физическая активность, физическая культура и спорт, студенты, здоровье.

Physical training is important factor of adaptation of students to professionally based university sphere. Rational choice of students of the most favorable types of physical training from those offered by university plays an important role in forming of responsible attitude towards their health. Leading universities regard physical health and development of students as a condition of successful realization by future specialist his/her professional functions.

Keywords: adaptation, physical activity, sports and physical training, students, health.

Подготовка иностранных студентов в высших учебных заведениях имеет государственную значимость и является важной составляющей внешнеэкономической и внешнеполитической деятельности российского государства, что закреплено в «Концепции экспорта образовательных услуг в 2011–2020 годах» [1]. Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого на протяжении десятилетий является одним из лидирующих вузов страны по работе с иностранными студентами, обеспечивая программы довузовской подготовки. Высшая школа международных образовательных программ (ВШМОП) - одно из учебных подразделений Санкт-Петербургского политехнического университета Петра Великого - является единой площадкой для всех иностранных студентов, прибывших в Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого. Здесь они получают базовую подготовку и затем получают возможность выбора направления для дальнейшего обучения.

Важная роль отводится изучению процесса адаптации студентов к учебно-информационной профессионально ориентированной среде вуза, работа в этом направлении ведется многие годы [2]. На этом фоне особое значение приобретает поиск путей улучшения состояния здоровья и повышения физической работоспособности, увеличения функциональных возможностей организма и адаптации к обучению будущих высококвалифицированных специалистов [3, 4]. В этом случае многие исследователи рассматривают физическое воспитание как существенный фактор в формировании и реабилитации здоровья молодежи [5].

Перед руководством программы довузовской подготовки ВШМОП стоит задача усовершенствовать физкультурный досуг слушателей программы довузовской подготовки и сделать это максимально рациональным образом с учетом предпочтений будущих студентов.

Для оптимизации данного процесса было проведено социологическое исследование в форме экспресс-анкетирования для улучшения восприятия информации иностранными слушателями использовались мини-картинки, изображающие различные виды спорта.

Можно отметить следующие параметры исследования. В исследовании приняли участие 242 слушателя программы довузовской подготовки иностранных граждан ВШМОП, что составляет примерно 37% от генеральной совокупности. Анкетирование проводилось параллельно на трех языках: русском, китайском и испанском (учитывая языковые особенности респондентов) в очной форме с использованием распечатанных бланков анкеты. Сроки проведения исследования – апрель 2018 года.

В рамках исследования внимание было уделено следующим основным темам: организация занятий по физической культуре и спорту для слушателей программы довузовской подготовки иностранных граждан ВШМОП и выявление предпочтений респондентов относительно тех видов спорта, которыми они хотели бы заниматься.

На вопрос анкеты «Хотели бы Вы, чтобы университет организовал для вас занятия по физической культуре на регулярной основе?» подавляющее большинство слушателей, посещающих подготовительные курсы ВШМОП, – 91% (221 человек) – ответили, что хотели бы, чтобы университет организовал для них тот или иной вариант регулярной физической активности. Только 9% респондентов (21 человек), отвечая на этот вопрос, высказались отрицательно (см. рис. 1).

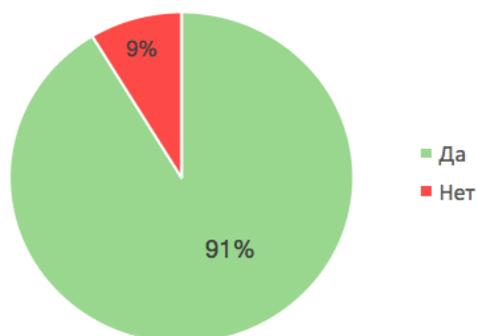


Рис. 1. Распределение ответов на вопрос «Хотели бы Вы, чтобы университет организовал для вас занятия по физической культуре на регулярной основе?»

Ответы респондентов на вопрос о наиболее предпочтительных видах спорта свидетельствуют о том, что среди будущих студентов наиболее популярны такие варианты, как бадминтон - его выбрала почти половина опрошенных – 48% (115 респондентов), плавание – 46% (111 человек) и занятия на тренажерах - 43% (103 человека) (см. рис 2). Остальные виды физической активности из предложенных руководством ВШМОП, а именно, баскетбол (29%), настольный теннис (26%), футбол (25%) и волейбол (19%) набрали значительно меньше сторонников (там же).

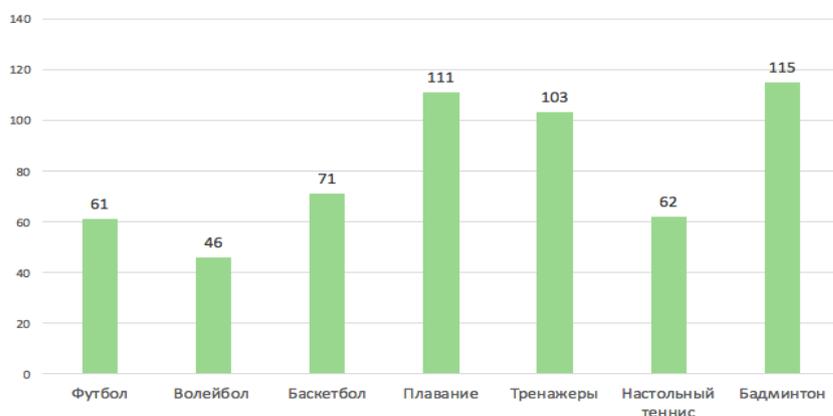


Рис. 2. Распределение ответов на вопрос «Если да, какими видами спорта вы хотели бы заниматься? (Выберите не более трех вариантов ответа)»

Учитывая возможность влияния социокультурных факторов на принятие будущими иностранными студентами решения о желательности организации для них занятий по физической культуре и спорту, нужно обратить внимание на формирование у молодых людей ценностей здоровья и здорового образа жизни, используя, по возможности, индивидуальный подход к выбору уровня и вида физической активности для каждого студента.

В настоящее время расширяются возможности интенсивного внедрения технологий индивидуализации физической активности в систему физического воспитания молодежи, в том числе студентов вуза. Расширение индивидуализации физкультурно-спортивного профиля студенческой молодежи и разнообразие методов приобщения ее ко многим видам спорта могут способствовать формированию устойчивой мотивации к поиску собственных параметров двигательной активности и здоровьесбережения. Вариативность современной образовательной среды может способствовать реализации проекта по формированию собственной физической культуры личности.

Учитывая то, что большинство слушателей программы довузовской подготовки иностранных граждан (согласно данным ежегодной статистики) выбирает для получения высшего образования именно Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, администрация ВШМОП действует в правильном направлении, прививая осознание необходимости занятий физической культурой и спортом еще абитуриентам, работая над формированием у будущего студента правильного отношения к своему здоровью и мотивации к его сбережению и приумножению. Здесь можно отметить, что главной и доминирующей задачей развития физической культуры в вузах должна быть проблема формирования мотивационно-ценностного отношения студентов к физической культуре и потребности в регулярном использовании всего арсенала средств физической культуры и спорта [6]. В этом случае регулярная физическая активность студенческой молодежи будет выполнять роль фактора адаптации к жизни в университетской среде.

#### Литература

1. Концепция экспорта образовательных услуг Российской Федерации на период 2011–2020 гг. (далее Концепция) [Электронный ресурс]. URL: <http://do.gendocs.ru/docs/index167527.htm>
2. Китайские, вьетнамские, монгольские образовательные мигранты в академической среде: Коллективная монография / Под науч. ред. Е.Ю. Кошелевой. – Томск: Изд-во Томского политехн. ун-та, 2013. – 420 с.
3. Леонтьева В.Л. Межкультурная коммуникация и лидерство в международной сфере: учеб. пособие / В.Л. Леонтьева – СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2012. – 231 с.
4. Танова А.Г., Евсеева Л.И. Метод проектов как творческая стратегия / Инновационные подходы к интегрированному обучению иностранным языкам и профессиональным дисциплинам в системе высшего образования: Материалы международной школы-конференции 27-30 марта 2017 года / под общ. Ред Д.И Кузнецова – СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2017. – С. 390 – 392.
5. Леонтьева В.Л., Танова А.Г. Организация внеучебной активности студентов как фактор адаптации / Коммуникативные стратегии информационного общества: Труды IX

Международ. науч.-теор. конф. 26–27 октября 2017 г. – СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2017. – С. 152 – 156.

6. Евсеев В.В., Намазов А.К, Сущенко В.П. Потенциал ценностного отношения студентов к физической культуре // Стратегические направления реформирования вузовской системы физической культуры Сборник научных трудов Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2017. – С. 246-251.

УДК 378 (316.422) , ББК 74.58

В.И. Мамонов, М.П. Дудкина  
Valery Mamonov, Marina Dudkina  
v.mamonov@corp.nstu.ru  
m.dudkina@corp.nstu.ru

## **Изменение модели высшего образования: взгляд из вуза Change of a Higher Education Model: A University Viewpoint**

*Новосибирский государственный технический университет  
Novosibirsk State Technical University*

В статье рассматривается содержание общественного запроса на то, какую функцию должно выполнять современное высшее образование и анализируются ближайшие перспективы его развития. Аргументируется необходимость реформы высшего образования, ее цели и рассматриваются некоторые концептуальные аспекты предстоящих изменений. Анализируется механизм учета взаимных интересов государства, работодателей, вузов и их выпускников, нормативная база предстоящей реформы. Оцениваются трудности, с которыми уже в ближайшее время столкнутся вузы при внедрении новых образовательных стандартов в практику своей работы.

Ключевые слова. Высшее образование, реформа высшей школы, качество высшего образования, финансирование образования, наука и образование.

This paper deals with public demand concerning the function of modern higher education and analyzes near-term prospects of its development. Argues in favor of the necessity of higher education reforming, describes its aims and conceptual aspects of upcoming changes. The article analyzes a mechanism how to link mutual interests of the State, employers, higher educational institutions, graduates, and the regulatory framework of forthcoming reforms. The authors analyze difficulties, which higher educational institutions will face in the near future, when new educational standards will be introduced.

Keywords. Higher education, reform of the higher school, quality of higher education, financing of education, science and education.

Изменение модели общественного развития, произошедшее в России в конце прошлого столетия, привело к трансформации всех сторон социальной жизни, включая высшее образование. Если советская система подготовки специалистов была ориентирована на удовлетворение потребностей народного хозяйства, то теперь она в большей степени нацелена на удовлетворение частных интересов, поскольку главными заказчиками образовательных услуг стали будущие студенты и их родители. Коммерциализация отрасли, отсутствие внятного государственного заказа неизбежно привели к утилитаризации высшей школы, ее отрыву от реальной действительности, замкнутости на собственном выживании и воспроизводстве [1, с. 11-16].

Переход к цифровой экономике требует принципиальных изменений в идеологии подготовки кадров. Эта проблема интересует как отечественных, так и зарубежных исследователей [1, 2]. Механизм реформирования лежит в правовой плоскости и он

уже запущен. Анализ нормативной базы и практических новаций, внедряемых передовыми вузами страны, к числу которых принадлежит Новосибирский государственный технический университет как опорный вуз своего региона, показывает, что университеты стремятся максимально приблизить содержание и формы образования к запросам потенциальных работодателей. Этот опыт успешно апробирован на Западе [3]. Такого рода практика пока не носит всеобщего характера, но то, что за ней будущее – не вызывает сомнений.

Реализация проекта «работодатель-вуз-работодатель» потребует преодоления множества препятствий. Это, прежде всего, изменение системы финансирования высшей школы, особое внимание к качеству образовательного процесса и активизации исследовательской деятельности, без которой вузы будут идти вслед за научным и технологическим прогрессом, а не вести его за собой [4].

Способность вузов ответить на потребности изменяющейся внешней среды – это вопрос не только их выживания, но и будущего всей страны.

Литература

1. Двенадцать решений для нового образования: доклад Центра стратегических разработок и Высшей школы экономики / Под ред. Я. И. Кузьмина, И. Д. Фрумина; Центр стратегических разработок; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — М., 2018. — 105, [3] с.
2. Stufflebeam, D. L., Madaus, G. F., & Kellaghan, T. (2000). Evaluation models, (Rev. ed.). Boston: Kluwer.
3. Marit Ulvik, Ingrid Helleve, Kari Smith. (2017) What and how student teachers learn during their practicum as a foundation for further professional development. Professional Development in Education. November 2017.
4. Se Woong Lee. (2018) Pulling Back the Curtain: Revealing the Cumulative Importance of High-Performing, Highly Qualified Teachers on Students' Educational Outcome. Educational Evaluation and Policy Analysis (EEPA). Apr 2018.

УДК 378, ББК 60

А.С. Матвеевская<sup>1</sup>, В.Л. Погодина<sup>2</sup>, Т.С. Тараканова<sup>3</sup>

Anna Matveevskaya, Victoriya Pogodina, Tamara Tarakanova

annamatveevskaya@mail.ru, [pogodina@mail.ru](mailto:pogodina@mail.ru), tarakanovataamara@gmail.com

### **Образовательная среда: метод проектов в формировании компетенций** **Educational environment: project method in competency building**

*Санкт-Петербургский государственный университет<sup>1</sup>*

*Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна<sup>2</sup>*

*Санкт-Петербургский Политехнический университет Петра Великого<sup>3</sup>*

*St. Petersburg State University*

*St. Petersburg State University of Industrial Technologies and Design*

*Peter the Grete St. Petersburg Polytechnic University*

Статья посвящена проблемам моделирования образовательной среды и технологий ее реализации. Отмечаются тенденции к расширению сетевого характера образовательной среды, изменению параметров диалога и расширению возможности использования проективных технологий. Проектная деятельность способствует формированию необходимых компетенций и навыков обучающегося, а также выступает средством оценки практических умений.

Ключевые слова: образовательная среда, компетенции, проектная модель образования, сетевые технологии, общество знания, коммуникации.

The article is devoted to the problems of modeling the educational environment and its implementation technologies. There are tendencies to expanding the network nature of the educational environment, changing the parameters of the dialogue and expanding the possibility of using projective technologies. Project activities contribute to the formation of the necessary competencies and skills of the student, and also acts as a means of assessing practical skills.

Keywords: educational environment, competencies, project model of education, network technologies, knowledge society, communications.

Проблема гражданского, личностного и профессионального развития в образовательном пространстве актуализируется в модернизационных условиях общественного развития. Использование мобильного Интернета и сетевых технологий, скорость влияния информационных ресурсов и инструментов на деятельность человека, общественную и профессиональную среду, колоссальный рост масштабов их использования в повседневной жизни являются доминирующей тенденцией современного развития. Коммуникативная среда становится определяющей платформой масштабных социальных инноваций и изменений, что неизбежно приводит к необходимости использования огромных информационных ресурсов и поиска новых технологий, применимых во всех сферах жизнедеятельности общества, в том числе и в сфере образования [1, С. 110].

Современные информационно-технологические изменения оказывают существенное влияние на природу знания и расширяют возможности образовательного процесса, как канала передачи информации [2]. Друкер П. предложил рассматривать современное информационное общество как «общество, основанное на знании», и считал, что результативность в современном образовательном пространстве может быть определена тремя показателями: первое - непосредственно само знание, приобретенное в процессе обучения; второе - способность выпускника войти в мир в качестве активного его гражданина и экономического субъекта; третье - дальнейшее развитие индивида в постобразовательном пространстве и участие его в культурной жизни общества» [3, С.181]. Построение общества знаний нашло свое отражение в документах Всемирного научного форума, организованного ЮНЕСКО и Международным советом по науке в ноябре 2003 г. в Будапеште: «Общество, основанное на знаниях, - это инновационное общество, базирующееся на концепции непрерывного обучения в течение всей жизни» [4].

Сейчас посредством Интернет представляется широкий набор средств дистанционного доступа к многочисленным ресурсам, а также интерактивного общения. Адаптация системы образования под современные реалии, по мнению Д.С. Быльевой, «подразумевает решение новых задач: превращать необходимую информацию в знание, развивать когнитивные навыки студента, способность работать с огромным массивом информации и производить собственный продукт» [5, С. 135]. Коммуникации в сетевой среде получают специфические черты: сеть обеспечивает интерактивный характер коммуникации и создает возможность персонализации отношений, прежде обезличенных. Более того, система высшего образования выступает фактором внешнеполитического влияния [6].

В то же время традиционный институт образования, не способный оперативно адаптироваться к стремительным социальным и социокультурным изменениям в жизни современного общества, испытывает системный кризис. Ключевая проблема заключается в том, каким образом, проводя модернизацию образования, сохранить свои национальные и культурные традиции в данном процессе. Процессы модернизации образовательной системы не должны разрывать ткани культурных традиций. В области формирования образовательной парадигмы «оказывается и человек, и исторически сложившееся культурное пространство его жизни, и коммуникативное действие, которое связывает субъекта с другими в рамках определенной культуры» [7, С. 137-138].

В связи с увеличением рыночной стоимости информации, знаний и услуг, изменением требований бизнеса и реального сектора экономики, к профессиональной компетентности трудовых ресурсов, в образовательном пространстве необходим перенос акцентов с прагматического обучения (где скорее уделялось внимание передаче «готового» комплекса знаний), на формирование установки на образование самого человека в определенной профессии и общественной среде [8, С. 61]. Отсюда система организации образования и преподавания должна обеспечивать не только воспроизводство компетенций, но и их прогрессирующее развитие.

ИКТи ценностные ориентации личности изменяют не только алгоритм образовательной вузовской среды, смысловую наполненность самого знания и параметры его использования, но и активизируют поиск моделей образования, в том числе и вузовского [9, С. 20]. Проектное образование помогает формированию субъектной позиции участников образовательного процесса и эффективному освоению профессиональных компетенций [10, С. 176]. Участие студентов в проектной деятельности является как средством формирования необходимых компетенций и навыков обучающегося, так и средством оценки практических умений. «Использование оптимального комплекса практики и теории в образовательной деятельности, самостоятельность работы с применением творческих заданий определяет проектное обучение (метод проектов) как наилучший по эффективности метод...» [11, С. 12].

Реализация проектной системы образования предусматривает использование различных технологий, методов и инструментов, а также поиски адекватных систем управления качеством образовательных услуг [12]. В основу проектного обучения положена система развития познавательных навыков студента, способности ориентироваться в мире современных технологий, творческого и критического мышления [13, С. 391]. Интересным и привлекательным каналом реализации проектной парадигмы образования выступает академический туризм [14], игровые технологии, экскурсии [15] и другие. Проектная деятельность обеспечивает повышение качества обучения студентов и развитие профессиональных компетенций, поскольку способствует совмещению информационных технологий личностно- и практико-ориентированного обучения и самостоятельной творческой работы. Более того «социокультурная среда формирует ментальность через систему знаний,

мировоззрение, религию, стандарты поведения и «святости», моральные законы и критерии организации социальных отношений, транслируя смыслы благодаря когнитивным способностям субъекта» [16, С. 12].

В границах образовательного пространства общества, основанного на знании, коммуникация приобретает сетевой характер, возрастает значимость общения в форме диалога и новые дистанционные (электронные) формы обучения. Главной характеристикой образовательного пространства в обществе знания становится открытость к новому знанию. Следует подчеркнуть необходимость поиска резервов для повышения конкурентноспособности современных высших заведений [17], где интернационализация может рассматриваться как средство решения данной проблемы [18]. Расширение технологического формата в образовательной практике, создавая новые информационные интерактивные среды, виртуальные игры и мультимедийные средства обучения, меняя традиционные дискурсивные средства на гипертекст и клип, тем не менее, не отвечает на вопрос об идеальной модели образования в ее временной (темпоральной) перспективе. Более того, ценностная сторона образовательной стратегии оказывается практически изъята за исключением принципа свободы выбора поведения в виртуальном пространстве [19, С. 419].

В рамках сети доминирующей формой коммуникации становится диалог. Современное коммуникативное пространство, формируемое новыми технологиями, в значительной степени меняет особенности диалоговой коммуникации: временные, пространственные, языковые и социальные рамки стираются. Информационно-коммуникационные технологии воспринимаются как инструмент, позволяющий открыто выражать свои взгляды включенным в них людям [20, С. 146]. Соответственно, возникает проблема, чтобы передача знания не ограничивалась только передачей информации. В условиях реализации проектной модели образования возрастает роль ценностных и нормативных параметров деятельности.

Информационно-коммуникативные сетевые технологии влияют на выбор моделей развития образовательной среды, где ключевым элементом определяется метод проектов, способствующий формированию компетенций творческой личности. Проектная модель образования должна обеспечивать прогрессирующее развитие компетенций.

#### Литература

1. Евсеева Л.И., Шипунова О.Д. Трансформация образовательной среды в условиях сетевого общества // Коммуникативные стратегии информационного общества Труды IX Международной научно-теоретической конференции. СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2017. С. 109–115.
2. Философия коммуникации. Проблемы и перспективы / монография / Под ред. д-ра филос. наук, проф. С. В. Клягина, д-ра филос. наук, проф. О. Д. Шипуновой. – СПб. : Изд-во Политехн. ун-та, 2013. – 260 с.
3. Друкер П. Менеджмент в некоммерческой организации: принципы и практика. - М., 2007.
4. Communication: From Information Society to Knowledge societies / UNESCO. The New Courier. № 3. October 2003.
5. Быльева Д.С. Влияние информационно-коммуникационных технологий на образование // ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ КУЛЬТУРА СПЕЦИАЛИСТА БУДУЩЕГО материалы международной конференции. СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2017. С. 130–136.

6. Попов Д.Г. Система высшего образования как фактор внешнеполитического влияния // Коммуникативные среды информационного общества Тренды и традиции Труды Международной научно-теоретической конференции / Ответственный за выпуск О.Д. Шипунова. СПб: Изд-во Политехн. ун-та, 2016. С. 116-118.
7. Шипунова О.Д., Евсеева Л.И. Тренды информационного общества и проблема идеала образования. Философия коммуникации: Университетское образование в социокультурной динамике информационного общества. СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2015. С. 129-139.
8. Евсеева Л.И., Шипунова О.Д., Тараканова Т.С. Проектная модель образования: технологии реализации // Технологии PR и рекламы в современном обществе Материалы XII Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2017. С. 60-67.
9. Евсеев В.В. Современная образовательная среда: поиски моделей развития // Вопросы методики преподавания в вузе. 2018. Т. 7. № 24. С. 16-23. DOI: 10.18720/HUM/ISSN 2227-8591.24.2
10. Тростинская И.Р. Формирование проектной культуры бакалавра по направлению «Реклама и связи с общественностью // Актуальные проблемы современной социально-политической и экономической коммуникации Сборник научных трудов. СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2016. С. 173-178.
11. Погодина В.Л., Матвеевская А.С. Подготовка вузами кадров для реализации новых межрегиональных туристских программ в России // Вопросы методики преподавания в вузе. 2018. Т. 7. № 24. С. 8-15. DOI: 10.18720/HUM/ISSN 2227-8591.24.1
12. Фокина В.В. Проблемы управления качеством образовательных услуг в российской высшей школе // Управленческое консультирование. 2010. № 4 (40). С. 197-205.
13. Танова А.Г., Евсеева Л.И. Метод проектов как творческая стратегия / Инновационные подходы к интегрированному обучению иностранным языкам и профессиональным дисциплинам в системе высшего образования: Материалы международной школы-конференции 27-30 марта 2017 года / под общ. ред. Д.И Кузнецова. СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2017. С. 390 -392.
14. Матвеевская А.С., Погодина В.Л. Участие России в развитии академического туризма на евразийском пространстве // Евразийский юридический журнал. 2016. № 7 (98).С. 44-46.
15. Тараканова Т.С. Особенности организации экскурсии как образовательной технологии // Инновационные подходы к интегрированному обучению иностранным языкам и профессиональным дисциплинам в системе высшего образования: Материалы международной школы-конференции 27-30 марта 2017 года / под общ. ред Д.И Кузнецова. СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2017. С. 393-395.
16. Шипунова О.Д. Проблема трансляции смысла: логос в системе коммуникации // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского политехнического университета. Гуманитарные и общественные науки. 2011. Т.2. № 124. С. 9-15.
17. Фокина В.В. Интернационализация высшего образования как фактор конкурентоспособности современных высших учебных заведений // Управленческое консультирование. 2014. № 11 (71). С. 108-112.
18. Попов Д.Г. Оценка эффективности бренда высшего учебного заведения в условиях интернационализации высшего образования // Управленческое консультирование. 2014. № 11 (71). С. 82-90.
19. Евсеев В.В., Евсеева Л.И., Поздеева Е.Г., Тростинская И.Р. Социокультурные факторы формирования проектной модели образования // ЧЕТВЕРТАЯ ПРОМЫШЛЕННАЯ РЕВОЛЮЦИЯ: РЕАЛИИ И СОВРЕМЕННЫЕ ВЫЗОВЫ. X ЮБИЛЕЙНЫЕ САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЕ СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ ЧТЕНИЯ сборник материалов Международной научной конференции. СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2018. С. 417-421.
20. Башкарев А.А., Евсеев В.В. Сетевые технологии и их влияние на параметры жизнедеятельности человека и общественной среды // ЧЕТВЕРТАЯ ПРОМЫШЛЕННАЯ РЕВОЛЮЦИЯ: РЕАЛИИ И СОВРЕМЕННЫЕ ВЫЗОВЫ. X ЮБИЛЕЙНЫЕ САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЕ СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ ЧТЕНИЯ сборник материалов Международной научной конференции. СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2018. С. 144-147.

## **Информационные технологии в образовательном интернет-пространстве** **Information technologies in the educational Internet space**

*МГПУ*  
*Moscow City University*

В статье рассматривается специфика информационных технологий, используемых в учебном процессе, выделяются риски, связанные с их применением, и возможность их разрешения.

Ключевые слова: информационные технологии; образовательные риски; критическая компетенция; единое семантическое пространство.

The article deals with the specifics of information technologies used in the educational process, highlights the risks associated with their use, and the possibility of their resolution.

Key words: information technologies; educational risks; critical competence; common semantic space.

Интернет стал неотъемлемой частью нашей повседневной жизни, охватив большое количество жизненных сфер, в том числе и образование. По данным социологического опроса\* большинство опрошенной молодежи (93,5%) используют Интернет ежедневно, и лишь оставшиеся 6,5 % – несколько раз в неделю и реже. Стоит отметить, что Интернет стал не только одним из главных источников информации, но и основным средством общения, а также пространством формирования социальной и личной идентичности. По данным исследования, основными целями использования Интернета представителями молодежи являются поиск информации (78 %), общение в социальных сетях (65,5), обзор новостей (53,5), пользование электронной почтой, ведение переписки (48,5 %).

Помимо досуговых интернет-практик широко распространено среди молодежи, особенно студенческой, использование Интернета в учебной деятельности. Большинство студентов (как и старшеклассников) считает полезным использовать знания и опыт однокурсников и старшекурсников, опираться на предложенные ими ответы, подходы и т.д. Как правило, обращение за помощью в учебном процессе не остается безответными. Однако сам процесс поиска, если он не опирается на систематические знания, приводит зачастую в тупик. По утверждению Н. Лумана «коммуникация выхватывает из любого актуального горизонта указания, который она же и конструирует, нечто и оставляет в стороне иное. Коммуникация есть осуществление отбора» [2: с. 196]. Таким образом, для того, чтобы выбрать подходящую информацию из многочисленных предложенных вариантов, необходимо уметь самостоятельно анализировать данные.

Важно выделять степень осознанности участия молодежи в интернет-поиске необходимой информации. Виртуальный мир – это особенная сфера жизни, не имеющая таких ограничений поведения, которые существуют в реальном

---

\* Опрос проводился с помощью сервиса GoogleForms методом «снежного кома». В опросе приняли участие 200 респондентов в возрасте от 14 до 30 лет, среди которых 41,5 % юношей и 58,5% девушек.

обществе. В виду избыточности информации, получаемой в «сетях» интернета, пользователю необходим инструмент для фильтрации информационных потоков. Виртуальные практики требуют способности к критическому мышлению, к осмысленному восприятию информации.

Собственно в современный учебный процесс взаимодействия преподавателя и студента информационные технологии внедряются широко[4]. Ни устная, ни письменная коммуникация между ними не ставится под вопрос, но возможности их применения благодаря Интернету многократно увеличиваются.

В то же время, как отмечает Н. Бекхманн, «с универсализацией возможностей коммуникации тесно связаны социальные процессы “раздифференцирования” коммуникационных сетей и “деиерархизации” коммуникации» [1: с.118]. Поскольку в Интернете «сложно найти информацию, как отличить “относящееся” от “не относящегося”, ценное от ненужного, иными словами, теряется авторитет конкретного источника» [1: с. 118], в распоряжении студента оказывается множество неизвестных источников информации. Три компонента коммуникации: информация, сообщение и понимание могут отделяться друг от друга, вплоть до того, что два последних компонента перестают восприниматься как информационные компоненты.

Несформированность критических компетенций в условиях избыточной информации приводит к тому, что студенту бывает сложно отличить надежный источник информации от всех остальных. Поэтому использование интернет-практик в учебных целях требует как от преподавателя, так и учащегося выделения не отдельных информационных единиц или блоков, а связи их в единое семантическое пространство[3: с. 80]. Выделение смыслового каркаса изучаемой темы в рамках лекции, семинара и т.д. помогает сформировать целостное представление о предмете, систематизировать имеющиеся знания, выработать у учащегося навыки и склонность к аналитическому мышлению.

Как отразится развитие электронных медиа на образовательном процессе? М. Маклюэн указывал на то, что современный читатель(отметим, что это характерно и для современного студента) не довольствуется только словами, ему нужны иллюстрации, ему комфортнее, если вербальный текст сопровождается другими типами информации (аудио или видео), и читатель имеет возможность интерактивного взаимодействия с текстом.

Можно согласиться с тем, что визуальная коммуникация в учебном процессе является сегодня необходимым, или, по меньшей мере, желательным дополнением вербальной. Но именно дополнением, не вытесняющим и не замещающим последнюю. Рассматривая применение информационных технологий в учебном процессе, сошлемся на ряд положений, выделенных в герменевтике Г.Г. Шпета.

1. «Понимание, – писал Г.Г. Шпет, – не есть беспорядочный хаос, а есть органическое развитие, “толковое”, “осмысленное”, ...мы...улавливаем в предикативности суждений его устойчивые формы» [5: с. 47]. Понимание связано с

конципированием, т.е. с актом установления понятия, но в силу синсемантичности слова, оно всегда есть выход за сферу, ограниченную понятием.

2. Определение значения слова есть выявление его связей, «принуждение к выходу за пределы непосредственного данного наличного опыта или переживания» [5: с. 94].

3. Понимание, отмечал Г.Г. Шпет, требует включения понимаемого в *целое* данной «реальности». Поскольку включение подлежащего пониманию в целое речи осуществляется через изложение, то методическое изложение идеи ведёт к пониманию соответствующего предмета.

Для того, чтобы перейти в статус знания, хаотичная, избыточная информация должна быть выделена в соответствии с определенными основаниями, осмыслена, структурирована и включена в «целое» данной изучаемой предметной области.

#### Литература

1. Бекхманн Г. Современное общество: общество риска, информационное общество, общество знаний. М.: Логос, 2010. 248 с.
2. Луман Н. Социальные системы. Очерк общей теории. СПб.: Наука, 2007. 644 с.
3. Черненькая С.В. Гипертекст как способ организации учебного материала // Вестник Московского городского педагогического университета. Серия: Философские науки. 2015. № 2 (14). С. 74–81.
4. Черненькая С.В. Традиции университетского образования и новые коммуникативные технологии // В сборнике: Социокультурные среды и коммуникативные стратегии информационного общества. Труды международной научно-теоретической конференции. Ответственный за выпуск: О.Д. Шипунова. 2015. С. 304–307.
5. Шпет Г.Г. Язык и смысл // Шпет Г. Мысль и слово. Избранные труды. М.: РОССПЭН, 2005. 688 с.

## CONTENTS

	Page
<b>PROGRAM COMMITTEE</b>	5
<b>PLENARY REPORT</b>	
Irina Ignatyeva, Boris Isaev. Modern trends in geo-economics and geopolitics	6
Olga Vlasova. Historical and philosophical communication in the information culture	9
Vera Serkova. Difficult questions of philosophical theory of values	11
Andrey Fomin. Abstraction as attribute of modernity	16
Andrey Linde. Analysis of the cases of technocratic governance and deliberative-democratic self-rule in the internet-sphere	24
Semyon Polanski, Irina Shestakova. Cultural diversity and political conjuncture change: from Classic to Digital civilization	26
Irina Berezovskaya. Problems of correlation of neurophilosophy and neuroscience apparatus in the study of consciousness	31
Andrew Ponomarov. Informational aspect of human augmentation	34
Daria Bylieva, Tatiana Nam. Forming norms in virtual worlds	36
Olga Shipunova. Communication InfoSphere in the context of modern science	40
Alsou Aydarova. Literary work as a fragment of behavioral world image of the author	42
<b>Section 1. Information society: philosophy, technology, politics</b>	
L. Solovieva. Communication in the Global Information Space: a Philosophical Aspect	44
Alexandr Dyakov. Communication fault: a history of philosophy as an information practice	48
Oksana Iatsenko. National and cultural background of digitalization in the context of Global development	50
Olga Gnatyuk. 'Selfie' as Sociocultural and Communicative Phenomenon in Context of Postmodernism Theories	52
Vera Lobastova, Oleg Samylov, Tatyana Simonenko. Digital reality in the sphere of subjective experience	54
Alexander Soshnev, Elena Soshneva. Justice as a key category of the information society	55
Vladimir Sergeev. On the modernization and communication of Marxism in society	59
Elena Besedina, Aleksei Michurin. Problems of formation of information society in modern Russia	63
Marina Blokhina, Leonid Grigoryev. Political Consequences of Computer Revolution	65
Tatiana Karulina. Political myth as communicative practices of the society	67
Raisa Mamina, Evgenia Pirainen. Business etiquette in the information society	71
Aleksei Michurin. On the formation of the information society in the XXI century	73
Liubov Podgornaya. Communicative theory of power as a political phenomenon	76
Nadezhda Kvashenko, Alexey Glushakov. The role of mass media in the process of formation of the information society	82
Stanislav Fedorin. Misunderstanding in the power conflict: the impossibility of communication	87
Vladimir Sergeev. Ontology of Z-individuals in the communications of society	90

## **Section 2. Values, trends and traditions in modern society**

Sergey Klyagin. Media as the ‘Presence to Self’: Towards Interpretations of the Media Phenomenon	93
A. Kulsarieva, M. Sultanova, Zh. Shaygozova. Values, trends, technology and art product in the modern visual art of Kazakhstan	94
Peter Petrov. Features of the modern cultural-historical process	103
E. Kovaleva, E. Mamedova. Value-information aspect of the conflict of generations	105
Ekaterina Kostina, Anna Chelnokova. Linguistic aspects of communication between mothers and daughters in modern Hindi (evidence from Krishna Sobti’s stories)	107
N.A. Mulikova. The impact of the advertising communications on modern man’s values transformation	115
Tatiana Sivolap, Valentina Terekhova. Value orientations of students youth in modern russian society	121
Vladimir Sergeev. Communication of generations in the light of Stalinist repression	123
Vladimir Sergeev. Prague 1968: preservation of the values of civilization in the light of the anniversary	129
Maksim Hashem, Igor’ Valer’ yev. The Persian World. II. Avicenna in Hamadan... (preliminarily)	134
Igor’ Valer’ yev, Maksim Hashem. The Persian World. III. Hushang Irani from Hamadan – and the contemporary poetic environment	136
Lyudmila Golosko. The experience of translation of Igor Kochubey’s piece of poetry “Beschwerde des Himmels”	138
Maria Jazownik, Leszek Jazownik. Rem Parvulam Cognoscere. The Fates of the Gniłowody Settlement Inhabitants as an Example of the Downfall of the Polish Eastern Outlying Districts (Part the Fifth).	140

## **Section 3. Interactions in socio-technical environments**

Alexandr Smirnov. The fake quotes online: information warfare or online fun?	142
Marianna Ababkova. The perception of the educational website content: stimulating and facilitating	147
Anatoly Chistyakov. Countering socio-cultural threats to desocialization reprovisioning of personality in the educational space	153
Elena Osipova. Corporate values of Russian commercial companies and non-profit organizations	156
Tatiana Popova, Daria Kolesova. Individual entrepreneur as a person-brand	158
Khvatova Tatiana, Lichy Jessica. User engagement in Social Networks: a study of BRIC countries	160
Diana Yakovleva. Trends in the development of services of questions and answers (on the example of the topic "Education" on platforms Ответы@mail.ru and TheQuestion)	167

#### **Section 4. Communication strategies in public administration and public self-government**

Vera Achkasova, Nina Zhuravleva, Liudmila Azarova. State PR in the information society: Russian practice	171
Ksenia Vinogradova, Olga Degtyareva, Aleksandr Kashchuk. The role of modern massmedia in public political processes	174
Lidiya Evseeva. Information technology in the modernization of relations "power-society"	180
Liudmila Minaeva. Government Communication in Digital Environment	182
Anna Safonova. A partnership of state institutions and civil society as implementing of the communicative approach to power	184
Andrey Bashkarev. Specifics of PR-technologies in the social sphere: the main aspects	189
Tatyana Shaulova. Public consultations as a way to reach consensus: phantom or reality?	192
Karine Arutiunian. Predictive function of the public consciousness in the management of the global civil society	200
Oleg Nagornykh. Memory policy as a manipulative technique in the process of decommunization in Central and Eastern Europe	202
Tatyana Shaulova, Valeria Davydova. Management under uncertainty: choice of communication strategies	204
Evgeny Golovatsky, Elena Kranzeeva, Anna Orlova, Anna Burmakina. Social practices of mobilizing community initiatives: prospects for hybrid methodology	207

#### **Section 5. Human resources, Web resources and PR-technologies in social engineering systems**

Olga Ivanova. Advisability of transforming HRM methodology	218
Alexey Mordvinov, Tatyana Semenova. Use of assessment of the intellectual capital in public organizations	220
Alexandre Bouchev. Public Relations In Social Projects	222
Andrey Bashkarev, Konstantin Hatanzeicki. Network technologies of social and political interactions	224
Svetlana Glazkova. Advertising Communications in New Media: A Problem of adaptation of Language	228
Elena Kamyshina. Social dynamics of the career paths within the framework of the theory of generations	230
Yuri Tuguz, Nikolay Filin, Rayhana Bulatova, Vasily Baranov, Tatiana Mikhnenko, Alice Tuguz. The model of innovative development of subjects of socio-economic system	232
Nikolay Filin, Rayhana Bulatova, Yuri Tuguz, Vasily Baranov, Tatiana Mikhnenko, Alice Tuguz. The trajectory of the organization in the information space	234
Svetlana Skorniakova. Gender-manipulative techniques in advertising	236

#### **Section 6. Socio-cultural environments and subcultures in the modern information society**

Rimma Ivanova. Sociocultural design as technology of interaction in social environments	238
Vladimir Miletskiy, Aleksandra Pisareva. Problems of social network institutionalization in modern Russia as exemplified by Vkontakte social network	241

Valeriya Polyakova. Monitoring as a manipulation technology in advertising and PR in clip culture	244
Ruslan Saduov. Subcultures in today's information society: Comics interpretations of classical literature	246
Tatyana Biryukova, Elizaveta Nikonorova. Representation of folk culture in the formation of social territorial community of St. Petersburg	248

### **Section 7. Intellectual environment of digital culture**

Aleksandr Kozlov, Alina Kankovskaya, Anna Teslya. Problems of formation of digital culture of students of technical University	255
Olga Korchazhkina. Cognitive Principles of Controlled Educational Communication in the E-learning Environment	257
Aleksandr Pavlov. Safe city as a component of the «smart city» concept	261
Elena Pozdeeva. Smart University: Expectations and Perspectives	268
Valeria Kolycheva. Art statistics: from the accounting of auction trades to a new branch of knowledge	272
Valeriya Kachenkova. Comparative analysis of sites for studying english	273

### **Section 8. Problems of intercultural communication**

Nadezda Bezuglova. Ethnological studies of intercultural communication in companies	282
Indira Gazieva. The variability of translation strategies under intercultural communication (on the example of Indian and Russian cultural realities)	284
Elena Ermakova, Galina Chernova. Psychological adaptation of women to new cross-cultural environment	286
Maria Zhukova. Russia and Republic of Korea: historical conditionality and prospects developing intercultural communication	287
Naum Gregory. Katz The Role of Art in Intercultural Communication: Nicholas Lochoff's Cloister in Pittsburgh	289
Alexandra Osipova. Collaborations of brands with the most significant museums of Moscow and Saint-Petersburg	299

### **Section 9. Personality in the information and network society**

Olga Zhucova, Vladimir Zhucov. Man in the modern information society	302
Sergey Eliseev. Changing role of the researcher in digital society	304
Aleksandr Yefanov. Attempting to deconstruct gambling problem in the media space	305
Aza Ioseliani. Man as a subject of Internet communication	307
Elena Kosarskaya. Social networks as a form of communication of modern man	309
Dmitry Maslov. Pranks classification	310
Irina Berezovskaya, Svetlana Kedich, Ksenia Malozemlina. Emotional intelligence as an age factor	315
Anatoly Chistyakov. Countering socio-cultural threats to desocialization reprovioning of personality in the educational space	320

### **Section 10. Technologies of manipulation of behavior and consciousness**

Liubov Ilieva, Stanimir Iliev. Demanipulation in NLP: Complex System approach	323
---	-----

Margarita Kuchumova, Yana Paramonova. Impact on human consciousness through communication by dint of music videos	328
Victoriia Ovsiannikova, Daria Bylieva. Application technology “Overton’s window” (on the example of the problem of euthanasia in Russia)	330
Irina Puchkova. Manipulative strategies of forming a positive image of the pension reform in Russian mass media	335
Liudmila Salieva. Literary translation as a tool of soft power	337
A. Dragunov, O. Zaykova, A. Ismailov. Fake in the russian regional media (on the example media of south Urals)	339

### **Section 11. The Russian tradition and the new forms of education**

Rustam Aydarov, Irina Kalina. Personal development as the priority strategy and the value of higher education	347
Svetlana Belikova, Elena Fandeeva. Prospects of formation of creative ability of the expert at transformation of education on the basis of the innovative mechanism of development	351
Elena Balabanova. Opportunities musical-computer technologies in development cultural competencies of students	354
Andreas Kameris. Music computer technologies in the training of composers	357
Albina Beschasnaya, Olga Bilan, Nikolai Sidorov. Methodical maintenance of online education: tradition vs innovation	360
Viktoria Volkova. Professionally-oriented technologies of training in the training of specialists in the field of advertising and public relations: the view of the training and student	367
Nuriya Gallyamova, Gulnaz Nizamutdinova. Authentic video recordings of Russian movies as a means of forming nonverbal communicative competence	369
Irina Gorbunova, Alexis Voronov. Method of information technology training visually impaired	371
Mikhail Zalivadny, Irina Gorbunova. Audiovisual synthesis: musical sets of variative structure	377
Anastasia Govorova, Irina Gorbunova. Music computer technologies as a means of training people with disabilities in the art of music	382
Svetlana Mezentseva. Ways and Prospects of Development in the Field of Higher education in the Universities of Russia and China	589
Vladimir Evseev, Ludmila Volkova. Physical education: networking technology educational activities	394
Irina Kalina, Rustam Aydarov. Visual communication in physical education	393
V. Laluev, A. Lesovichenko, N. Martishina. Logical education in the information society: need and direction	401
Veronika Leonteva, Anna Tanova. Physical training of students as a factor of adaptation to university sphere	402
Valery Mamonov, Marina Dudkina. Change of a Higher Education Model: A University Viewpoint	406
Anna Matveevskaya, Victoriya Pogodina, Tamara Tarakanova. Educational environment: project method in competency building	407
Svetlana Chernenkaya. Information technologies in the educational Internet space	412

## СОДЕРЖАНИЕ

Стр.  
5

### ПРОГРАММНЫЙ КОМИТЕТ

### ПЛЕНАРНЫЕ ДОКЛАДЫ

Игнатъева И.Ф., Исаев Б.А. Современные тренды геэкономии и геополитики	6
Власова О.А. Историко-философская коммуникация в информационной культуре	9
Серкова В.А. Трудные вопросы философской теории ценностей	11
Фомин А.П. Абстракция как атрибут современности	16
Линде А.Н. Анализ кейсов технократического государственного управления и делиберативно-демократического самоуправления в интернет-сфере	24
Полянский С.Д., Шестакова И.Г. Культурное разнообразие в призме трансформации политической конъюнктуры: от Классики до Цифровой цивилизации	26
Березовская И.П. Проблемы корреляции аппарата нейрофилософии и нейронауки в исследовании сознания	31
Пономарев А.И. Информационный аспект аугментации человека	34
Быльева Д.С., Нам Т.А. Формирование норм в виртуальных мирах	36
Шипунова О.Д. Инфосфера коммуникации в контексте современной науки	40
Айдарова А.М. Художественный текст как фрагмент поведенческой картины мира автора	42

### Секция 1. Информационное общество: философия, технология, политика

Соловьева Л.Н. Коммуникация в глобальном информационном пространстве: философский аспект	44
Дьяков А.В. Коммуникативный разлом: история философии как информационная практика	48
Яценко О.Ю. Национальные и культурные предпосылки цифровизации в условиях глобального развития	50
Гнатюк О.Л. «Селфи» как социокультурный и коммуникативный феномен в контексте теорий постмодернизма	52
Лобастова В.А., Самылов О.В., Симоненко Т.И.. Цифровая реальность в сфере субъективного опыта	54
Сошнев А.Н., Сошнева Е.Б. Справедливость как ключевая категория информационного общества	55
Сергеев В.А. О модернизации и коммуницировании марксизма в социуме	59
Беседина Е.А., Мичурин А.Н. Проблемы формирования информационного общества в современной России	63
Блохина М.В., Григорьев Л.Г. Политические последствия компьютерной революции	65
Карулина Т.Б. Политический миф как коммуникативные практики социума	67
Мамина Р.И., Пирайнен Е.В. Деловой этикет в информационном обществе	71
Мичурин А.Н. К вопросу о становлении информационного общества в XXI веке	73
Подгорная Л.Д. Коммуникативная природа власти как политического явления	76
Квашенко Н.Ю., Глушаков А.Ю. Роль СМИ в становлении информационного общества	82
Федорин С.Э. Непонимание во властном конфликте: невозможность коммуникации	87
Сергеев В.А. Онтология Z-индивидов в коммуникациях социума	90

## **Секция 2. Ценности, тренды и традиции в современном обществе**

Клягин С.В. Медиа (есть) медиа: об актуальных трактовках феномена медиа	93
Кулсариева А.Т., Султанова М.Э., Шайгозова Ж.Н. Ценности, тренды, технологии и художественный продукт в современном визуальном искусстве Казахстана	94
Петров П.А. Особенности современного культурно-исторического процесса (аксиологический аспект)	103
Ковалева Е.О., Мамедова Э.М. Ценностно-информационный аспект конфликта поколений	105
Костина Е.А., Челнокова А.В. Лингвистические особенности коммуникации «мать-дочь» в современном хинди (на материале повестей Кришны Собти).	107
Муликова Н.А. Влияние рекламных коммуникаций на трансформацию ценностных ориентиров современного человека	115
Сиволап Т.Е., Терехова В.И. Ценностные ориентации студенческой молодежи в современном российском обществе	121
Сергеев В.А. Коммуникации поколений в свете сталинских репрессий	123
Сергеев В.А. Прага-1968: сохранение ценностей цивилизации в свете юбилея	129
Хашем М., Валерьев И.К. Персидский мир. II. Авиценна в Хамадане	134
Валерьев И.К., Хашем М. Персидский мир. III. Хушанг Ирани из Хамадана – и современная ему поэтическая среда	136
Голоско Л.М. Опыт перевода стихотворения Игоря Кочубея “Beschwerde des Himmels”	138
Язовник М., Язовник Л. Познавать мелочи. Судьбы жителей села Гниловоды как пример гибели польских Кресов Восточных (Часть пятая)	140

## **Секция 3. Взаимодействия в социотехнических средах**

Смирнов А.С. Лжецитаты в сети: информационная война или интернет-развлечение?	142
Абабкова М.Ю. Управление восприятием электронного контента сайта образовательной организации	147
Чистяков А.В. Социально-коммуникативные возможности и опасности цифровизированного образовательного пространства	153
Осипова Е.А. Корпоративные ценности российских коммерческих компаний и некоммерческих организаций	156
Попова Т.И., Колесова Д.В. Индивидуальный предприниматель как человек-бренд	158
Khvatova Tatiana, Lichy Jessica. User engagement in Social Networks: a study of BRIC countries	160
Яковлева Д.Е. Тенденции в развитии служб вопросов и ответов (на примере темы «Образование» на платформах Ответы@mail.ru и TheQuestion)	167

## **Секция 4. Коммуникативные стратегии в государственном управлении и общественном самоуправлении**

Ачкасова В.А., Журавлева Н.Н., Азарова Л.В. Государственный PR в информационном обществе: российская практика	171
Виноградова К.Е., Дегтярева О.В., Кашук А.А. Роль современных массмедиа в публичных политических процессах	174
Евсеева Л.И. Информационные технологии в модернизации отношений «власть-общество»	180
Минаева Л.В. Государственная коммуникация в цифровой среде	182

Сафонова А.С. Партнерство государства и гражданского общества как механизм реализации коммуникативного подхода к власти	184
Башкарев А.А. Применение инструментов Public Relations в социальной сфере	189
Шаулова Т.В. Публичные консультации как способ достижения консенсуса: фантом или реальность?	192
Арутюнян К.С. Прогностическая функция общественного сознания в управлении глобальным гражданским обществом	200
Нагорных О.В. Политика памяти как манипулятивная техника в процессе декоммунизации в Центральной и Восточной Европе	202
Шаулова Т.В., Давыдова В.Д. Управление в условиях неопределенности: выбор коммуникативных стратегий	204
Головацкий Е.В, Кранзеева Е.А., Орлова А.В., Бурмакина А.Л. Социальные практики мобилизации инициатив населения: перспективы гибридной методологии	207

### **Секция 5. Человеческие ресурсы, Веб-ресурсы и PR-технологии в социотехнических системах**

Иванова О.Э. Целесообразность трансформации методологии HRM	218
Мордвинов А.А., Семёнова Т.Ю. Оценка интеллектуального капитала в общественных организациях	220
Бушев А.Б. PR некоммерческой сферы	222
Башкарев А.А., Хатанзейский К.К. Сетевые технологии социально-политических взаимодействий	224
Глазкова С.А. Рекламные коммуникации в новых медиа: проблема адаптации языка	228
Камышина Е.А. Социальная динамика карьерных траекторий в рамках теории поколений	230
Тугуз Ю.Р., Филин Н.Н., Булатова Р.М., Баранов В.И., Михненко Т.Н., Тугуз А.Е. Модель инновационного развития субъектов социально-экономической системы	232
Филин Н.Н., Булатова Р.М., Тугуз Ю.Р., Баранов В.И., Михненко Т.Н., Тугуз А.Е. Траектория развития организации в информационном пространстве	234
Скорнякова С.С. Гендерно-манипулятивные технологии в рекламе	236

### **Секция 6. Социокультурные среды и субкультуры в современном информационном обществе**

Иванова Р.А. Социокультурное проектирование как технология взаимодействия в социальных средах	238
Милецкий В.П., Писарева А.Н. Проблемы институционализации социальных сетей в современной России (на примере социальной сети «ВКонтакте»)	241
Полякова В.А. Мониторинг как технология манипулирования в рекламе и PR в условиях клиповой культуры	244
Садуов Р.Т. Субкультуры в современном информационном обществе: комикс интерпретации классических литературных произведений	246
Бирюкова Т.Н., Никонорова Е.А. Отображение фольклорной культуры в формировании социальной территориальной общности Санкт-Петербурга	248

### **Секция 7. Интеллектуальные среды цифровой культуры**

Козлов А., Каньковская А., Тесля А. Проблемы формирования цифровой культуры студентов технического университета	255
Корчажкина О.М. Когнитивные принципы управляемой учебной коммуникации в электронных обучающих средах	257

Павлов А.А. Безопасный город как составляющая концепции «умного города»	261
Поздеева Е.Г. Умный университет: ожидания и перспективы	268
Колычева В.А. Арт-статистика: от учета аукционных торгов до новой отрасли знания	272
Каченкова В.Д. Сравнительный анализ сайтов изучения английского языка	273

### **Секция 8. Проблемы межкультурной коммуникации**

Безуглова Н.П. Этнологические исследования межкультурной коммуникации на предприятиях	282
Газиева И.А. Вариативность переводческих стратегий в межкультурной коммуникации (на примере индийских культурных реалий)	284
Ермакова Е. С., Чернова Г.Р. Психологическая адаптация женщин к новым кросс-культурным условиям	286
Жукова М.А. Россия и Республика Корея: историческая обусловленность и перспективы межкультурной коммуникации	287
Кац Н.Г. Роль Искусства в Межкультурной Коммуникации: Питтсбургский Клойстер Николаса Лохова	289
Осипова А.В. Сотрудничество брендов с крупнейшими музеями Москвы и Санкт-Петербурга	299

### **Секция 9. Личность в информационном и сетевом обществе**

Жукова О.И., Жуков В.Д. Человек в современном информационном обществе	302
Елисеев С.М. Меняющаяся роль ученого в цифровом обществе	304
Ефанов А.А. Попытка деконструкции проблемы игромании в медиaprостранстве	305
Иоселиани А.Д. Человек как субъект интернет-коммуникации	307
Косарская Е.С. Социальные сети как форма коммуникации современного человека	309
Маслов Д.В. Классификация пранков	310
Березовская И.П., Кедич С.И., Малоземлина К.А. Эмоциональный интеллект как возрастной фактор	315
Чистяков А.В. Противодействие социокультурным угрозам десоциализации личности в цифровизированном образовательном пространстве	320

### **Секция 10. Технологии манипуляций поведением и сознанием**

Илиева Л.П., Илиев С. Деманипуляция в НЛП: сложносистемный подход	323
Кучумова М.С., Парамонова Я.М. Воздействие на сознание человека посредством коммуникации через музыкальные клипы	328
Овсянникова В.А., Быльева Д.С. Применение технологии “окна Овертона” (на примере проблемы эвтаназии в России)	330
Пучкова И.Н. Манипулятивные стратегии создания позитивного образа пенсионной реформы в российских СМИ	335
Салиева Л.К. Художественный перевод как инструмент мягкой силы	337
Драгунов А.В., Зайкова О.Н., Исмаилов А.Ю. Фейк в российских региональных СМИ (на примере СМИ южного Урала)	339

### **Секция 11. Российские традиции и новые форматы образования**

Айдаров Р.А., Калина И.Г. Саморазвитие личности как приоритетная стратегия и ценность высшего образования	347
Беликова С.С., Фандеева Е.М. Перспективы формирования творческой способности специалиста при трансформации образования на основе инновационного механизма	351

развития	
Балабанова Е.А. Развитие общекультурных компетенций студентов гуманитарных направлений подготовки средствами музыкально-компьютерных технологий	354
Камерис А. Музыкально-компьютерные технологии в подготовке композиторов	357
Бесчасная А.А., Билан О.А., Сидоров Н.М. Методическое обеспечение интернет-образования: традиции vs новшества	360
Волкова В.В. Профессионально-ориентированные технологии обучения в подготовке специалистов в области рекламы и связей с общественностью: взгляд со стороны обучающего и обучающегося	367
Галлямова Н.Ш., Низамутдинова Г.С. Аутентичные видеозаписи русских кинофильмов как средство формирования невербальной коммуникативной компетенции	369
Горбунова И.Б., Воронов А.М. Обучение информационным технологиям людей с нарушением зрения	371
Заливадный М.С., Горбунова И.Б. Аудиовизуальный синтез: музыкальные множества вариативной структуры	377
Говорова А.А., Горбунова И.Б. Музыкально-компьютерные технологии как средство обучения людей с ограниченными возможностями здоровья по зрению музыкальному искусству	382
Мезенцева С.В. Пути и перспективы развития в области высшего образования в творческих вузах России и Китая	589
Евсеев В.В., Волкова Л.М. Физическая культура: сетевые технологии образовательной деятельности	394
Калина И.Г., Айдаров Р.А. Визуальная коммуникация в физкультурном образовании	393
Лалуев В.Я., Лесовиченко А.М., Мартишина Н.И. Логическая подготовка в информационном обществе: потребность и направленность	401
Леонтьева В.Л., Танова А.Г. Физическая активность учащихся как фактор адаптации к университетской среде	402
Мамонов В.И., Дудкина М.П. Изменение модели высшего образования: взгляд из вуза	406
Матвеевская А.С., Погодина В.Л., Тараканова Т.С.. Образовательная среда: метод проектов в формировании компетенций	407
Черненькая С.В. Информационные технологии в образовательном интернет-пространстве	412
CONTENTS	415

# КОММУНИКАТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА

Труды X Международной  
научно-теоретической конференции

*26–27 октября 2018 года*

*Дизайн обложки Н. В. Архиповой*

Налоговая льгота – Общероссийский классификатор продукции  
ОК 005-93, т. 2; 95 3004 – научная и производственная литература

---

Подписано в печать 07.12.2018. Формат 60×84/16. Печать цифровая.

Усл. печ. л. 26,75. Тираж 70. Заказ 17399б.

---

Отпечатано с готового оригинал-макета,  
предоставленного оргкомитетом конференции,  
в Издательско-полиграфическом центре Политехнического университета.  
195251, Санкт-Петербург, Политехническая ул., 29.  
Тел.: (812) 552-77-17; 550-40-14.