

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ
ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ПЕТРА ВЕЛИКОГО

КОММУНИКАТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА

Труды XI Международной
научно-теоретической конференции

25–26 октября 2019 года



ПОЛИТЕХ-ПРЕСС

Санкт-Петербургский
политехнический университет
Петра Великого

Санкт-Петербург

2019

УДК 1/316.77(130.1) + (303.01) + (159)
ББК 60

Коммуникативные стратегии информационного общества : труды XI Междунар. науч.-теор. конф., 25–26 октября 2019 г. – СПб. : ПОЛИТЕХ-ПРЕСС, 2019. – 506 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), *В. Н. Волкова*, *С. В. Кулик*,
Н. А. Ащеулова, *И. П. Березовская*, *Д. С. Быльева*, *С. В. Клягин*,
Д. И. Кузнецов, *И. В. Коломейцев*, *Г. Ф. Малыхина*,
А. В. Логинова, *С. В. Широкова*

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

Печатается по решению

Совета по издательской деятельности Ученого совета
Санкт-Петербургского политехнического университета Петра Великого.

© Санкт-Петербургский политехнический
университет Петра Великого, 2019

The Ministry of Science and Higher Education of the Russian Federation

PETER THE GREAT
SAINT-PETERSBURG POLYTECHNIC UNIVERSITY

COMMUNICATION STRATEGIES
OF THE INFORMATION SOCIETY

Proceedings of the XIth International
Scientific-Theoretical Conference

October 25–26, 2019



POLYTECH-PRESS

Peter the Great
St. Petersburg Polytechnic
University

Saint-Petersburg
2019

Communication strategies of the information society : proceedings of the XIth International Scientific-Theoretical Conference, October 26–27, 2019. – SPb. : POLYTECH-PRESS, 2019. – 506 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),
V. N. Volkova, *S. V. Kulik*, *N. A. Asheulova*, *I. P. Berezovskaya*,
D. S. Bylieva, *S. V. Klyagin*, *D. I. Kuznetsov*, *I. V. Kolomeyzev*,
G. F. Malykhina, *A. V. Loginova*, *S. V. Shirokova*

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

Printed by the Publishing Council
of the Peter the Great St. Petersburg polytechnic university Academic Council.

© Peter the Great St. Petersburg Polytechnic
University, 2019

PROGRAM COMMITTEE

- Alfred Nordmann – Professor of Philosophy and History of Science and Technoscience, Darmstadt Technical University (Germany)
- Laurent Moccozet – Researcher at the Computer Science Centre, University of Geneva, Switzerland
- Stephen Cottrell, University of London (Great Britain)
- Valeriy V. Vyatkin, Luleå tekniska Universite (Sweden)
- Hans-Rolf Tränkler, Bundeswehr University Munich (Germany)
- Tatiana A. Gavrilova, St. Petersburg State University (Russia)
- Yu. S. Vasil'ev, Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University (Russia)
- Jukka Pekka Bergman, Lahti University of Technology (Finland)
- Paul Josephson, Colby College (USA)
- Nataliya D. Pankratova, National Technical University of Ukraine (Ukraine)
- Violetta N. Volkova, Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University (Russia)
- Elena A. Iakovleva, St. Petersburg State University of Economics (Russia)
- Peeter Müürsepp, Tallinn University of Technology (Estonia)
- Igor Dukeov, LUT University (Finland)
- Galina V. Gorelova, Southern Federal University (Russia)
- Irina A. Brusakova, Saint Petersburg State Electrotechnical University (Russia)
- Johan Siebers, Middlesex University London (UK)
- Igor Klyukanov, Eastern Washington University (USA)
- Elena Fell, Empedocles: European Journal for Philosophy of Communication (UK)
- Bencion Fleishman, Dr. of Technical Sc., Prof. (New York, NY, USA)
- Alia R. Massalimova, Al-Farabi Kazakh National University (Kazakhstan)
- Nadezhda Almazova, Peter the Great St.Petersburg Polytechnic University (Russia)
- Vladimir I. Ignatyev, Novosibirsk State Technical University (Russia)
- Natalia A. Lukianova, Tomsk Polytechnic University (Russia)
- Olga D. Shipunova, Peter the Great St.Petersburg Polytechnic University (Russia)
- Aktolkyn T. Kulsariyeva, Abai Kazakh National Pedagogical University (Kazakhstan)
- Van Qi, Tsinghua University (China)
- Olga A. Zolotareva, Polesye State University (Belarus)
- Naim Katz, Carnegie Mellon University (USA)
- Giuliano Di Bernardo, Trento University (Italy)
- Hermes Varini, Trento University (Italy)
- Stefano Maria Capilupi, University of La Sapienza (Italy)
- Igor B. Arefiev, Maritime University of Szczecin (Poland)
- Leon Bazil, Montclair State University (NJ, USA)
- Zanna Bober, MTU “EVRIKA” (Estonia)

ПЛЕНАРНЫЕ ДОКЛАДЫ

УДК 321+330, ББК 66.0+65.5

Б.А. Исаев¹, И.Ф. Игнатьева²
Boris Isaev, Irina Ignatyeva
isaevboris@yandex.ru, iifed@mail.ru

Характерные черты постиндустриального общества по Д. Беллу и их имплементация в современных информационных обществах **Characteristic features of post-industrial society according to D. Bell and their implementation in modern information societies**

Российский государственный педагогический университет им. А.И. Герцена¹
Санкт-Петербургский государственный университет аэрокосмического приборостроения²
The Herzen State Pedagogical University of Russia¹
St. Petersburg State University of Aerospace Instrumentation²

В статье рассматривается концепция американский исследователя Дэниэла Белла, проанализированы признаки постиндустриального общества, его отличие от индустриального. Эти признаки сегодня проявляются во всех развитых и развивающихся обществах, включая российское.

Ключевые слова: постиндустриальное общество, индустриальное общество, интеллектуальные технологии, класс носителей знания, ситуасы.

The article discusses the concept of the American researcher Daniel Bell, analyzes the signs of a post-industrial society, its difference from the industrial one. These signs are manifested today in all developed and developing societies, including the Russian.

Keywords: postindustrial society, industrial society, intellectual technologies, class of knowledge carriers, situses.

Одним из пионеров концепции постиндустриального общества, получившей обоснование в книге «Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования» (1973) стал американский исследователь Даниэл Белл.

Он полагал, что в 1970-х гг. индустриальное общество вследствие бурного развития науки и технологий вступило в новую стадию – стадию *постиндустриального общества* [1, 2]. Это общество, по сравнению с индустриальным, приобрело *новые признаки*.

- *Центральная роль теоретического знания*. Это заметно прежде всего в новых, наукоемких отраслях промышленности – производстве компьютеров, электронной, оптической техники, полимеров, производстве.

- *Создание новой интеллектуальной технологии*. Новые математические и экономические методы, такие, как компьютерное линейное программирование, цепи Маркова, стохастические процессы и т.п., служат технологической основой моделирования, имитации и других инструментов системного анализа и теории решений, позволяющих находить более эффективные, «рациональные» подходы к экономическим, техническим и даже социальным проблемам.

- *Рост класса носителей знания*. Наиболее быстрорастущая группа общества – класс технических специалистов и профессионалов.

- *Переход от производства товаров к производству услуг*. В 1970-х гг. уже 65% работавших в США было занято в сфере услуг и эта цифра продолжала расти. В

настоящее время соотношение сфер экономики США таково: сельскохозяйственный сфера – 1%, промышленная – 21%, сфера услуг – 78% ВВП [3].

- *Изменения в характере труда.* В постиндустриальном обществе труд является, прежде всего, взаимодействием между людьми (между чиновником и посетителем, врачом и пациентом, учителем и учащимися, между членами исследовательских групп, сотрудниками контор или работниками бригад обслуживания). Тем самым из процесса труда и повседневной практики исключаются природа, искусственно созданные предметы, а остаются лишь люди, которые учатся взаимодействовать друг с другом. В истории человеческого общества это совершенно новая, не имеющая аналогов ситуация.

- *Роль женщин.* В постиндустриальном обществе женщины впервые получили надежную основу для достижения экономической независимости.

- *Наука достигает своего зрелого состояния.*

- *Ситусы как политические единицы.* В предыдущем состоянии общества главную роль играли классы и страты, то есть горизонтальные единицы общества, вступающие друг с другом в отношения превосходства-подчинения [4]. В постиндустриальном обществе, по Беллу, более важными узлами политических связей стали ситусы (от лат. situ – положение, позиция) или вертикально расположенные социальные единицы. Состояние постиндустриального общества и его политику определяет не классовая борьба, а соперничество между ситусами.

- *Меритократия* (от лат. meritos – польза). В постиндустриальном обществе человек может занять свое положение не столько по праву наследования или собственности (как в индустриальном обществе), сколько вследствие образования и квалификации, на основе личных достижений и пользы, приносимой обществу.

- *Конец ограниченности благ.* В постиндустриальном обществе исчезнет дефицит благ, будет только дефицит информации и времени.

- *Экономическая теория информации.* В постиндустриальном обществе, появилась возможность оптимально инвестировать в знание, производство которого носит коллективный характер, возможность, позволяющая более широко распространять и использовать его. Постиндустриальное общество – это общество знания [5].

Эти признаки сегодня проявляются во всех развитых и развивающихся обществах, включая российское.

Литература:

1. Игнатъева И.Ф. Философия техники. Новгородский гос. ун-т им. Ярослава Мудрого. Новгород, 2003
2. Игнатъева И.Ф. Технические артефакты в памяти социума. Автореферат диссертации ... доктора филос. наук / Санкт-Петербургский государственный университет. Санкт-Петербург, 1995
3. Сектора и отрасли экономики США в 2018-2019 гг. <https://visasam.ru/emigration/economy/razvitie-ekonomiki-ssha.html>
4. Исаев Б.А. Современное состояние теории партий и партийных систем. Социально-гуманитарные знания. 2008. №2. С. 128-140
5. Белл Даниэл. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования. М.: Academia, 1999. с. CLIX.

Идеи к морфологии политической культуры Ideas on the morphology of political culture

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

Современное общество отличается стохастичностью причинно-следственных связей, нелинейностью и гетерохронностью социальных процессов («постоянно меняющееся общество»). Классическая «договорная теория» государства и гражданского общества, так же, как и ее модификации: правовое государство, социальное государство, концепция дискурсивной демократии – не позволяют понять современный кризис демократии и кризис легитимности. Понять современность позволяет только диалектический подход к проблеме сущности государства и гражданского общества, в рамках которого не происходит фетишизации государства. Итогом применения такого подхода стала новая классификация форм политической культуры Нового времени.

Ключевые слова: кризис легитимности, кризис демократии, договорная теория, государство, гражданское общество, диалектика, дискурсивная демократия, рационально-индивидуалистический, рационально-социетарный, иррационально-социетарный и иррационально-индивидуалистический типы политической культуры.

Modern society is characterized by stochastic cause-and-effect relationships, nonlinearity and heterochronicity of social processes ("constantly changing society"). The classical "contract theory" of the state and civil society, as well as its modifications: constitutional state, social state, the concept of discursive democracy – do not allow us to understand the modern crisis of democracy and the crisis of legitimacy.

Only the dialectical approach to the problem of the essence of state and civil society, within which there is no fetishization of the state, allows us to understand modernity. The result of this approach has become a new classification of forms of Modern history political culture.

Keywords: crisis of legitimacy, crisis of democracy, contract theory, state, civil society, dialectics, discursive democracy, rational-individualistic, rational-societal, irrational-societal and irrational-individualistic types of political culture.

Существует целый ряд причин, по которым исследования в социальной философии становятся сегодня чрезвычайно актуальными. К ним можно отнести такие, как общий кризис легитимности власти, кризис демократии как политической системы Нового времени, гетерохронность цивилизационного развития в условиях глобализации при стремительном росте средств и практик коммуникации. Социальные процессы сегодня отличаются нелинейностью, а причинно-следственные связи стохастичностью, что отразилось в понятии «постоянно меняющегося общества». Становится необходимо, во-первых, не только учитывать влияние политических идеологий на гуманитарные исследования, но и сами идеологические категории включать в анализ; а во-вторых, при мировоззренческой определенности собственной позиции соблюдать максимальную объективность, отказываясь, насколько это возможно в гуманитаристике, от оценок и явной ангажированности.

Особенно это важно в исследованиях политической культуры, где, к примеру, даже общепринятая типология (патриархальная, подданническая и культура участия) совершенно, на наш взгляд, неудовлетворительна. Актуальными становится не только богатый политический опыт Востока, но и классовая теория государства, и гегелевская диалектика. Две важные тенденции XX века, получившие развитие в веке XXI: массовизации и политизации социальной реальности – делают непродуктивным

формальный линейный анализ. Теория управляемого хаоса несколько успокаивает, но ничего не объясняет ни в генезисе, ни в механизмах развития кризисных явлений, так же, как и штамп гегелевского тоталитаризма и восточного деспотизма, применяемый к не западным политическим режимам.

В Новое время (мы говорим только о нем) политическая культура формировалась под влиянием буржуазной идеологии демократии и, в частности, ее ядра – теории «общественного договора», родившейся в трудах философов европейского Просвещения Т. Гоббса [1], Дж. Локка [2], Ж.-Ж. Руссо [3] и др.

Договорная теория государства блестяще работала в качестве идеологического оружия против традиционного феодального общества в эпоху первых буржуазных революций. Продолжала она работать и в эпоху промышленных революций XIX века, вопреки (или благодаря?) своей абсолютной научной бездоказательности и идеологической ангажированности. Приоритет индивидуальной свободы и ценность индивидуализма не подвергались сомнению, поскольку только это обеспечивало промышленный прогресс, который и означал прогресс в целом. Оппозиция государства и гражданского общества служила базой для идеи «государство – ночной сторож» и устраивала всех.

Убедительность договорной теории была поколеблена в XIX веке всей политической практикой капитализма. В теории же – философским идеализмом Г.В.Ф. Гегеля, для которого именно «Государство есть действительность конкретной свободы» [4, стр. 286.]. О договорной же теории Гегель писал: «...было измышлено даже некоторое естественное состояние, в котором будто бы господствовало естественное право, тогда как состояние общества и государства, напротив, требует будто бы и влечет за собою известное ограничение свободы и принесение в жертву естественных прав. На деле, однако, право и все его определения основываются исключительно на свободной личности, на самоопределении, являющемся скорее противоположностью природного определения» [5, стр.334.]. (Онтологический аспект права в современных исследованиях см., например: [6]). «Если смешивать государство с гражданским обществом и полагать его назначение в обеспечении и защите собственности и личной свободы», – писал Гегель, – «то интерес единичных людей как таковых оказывается последней целью, для которой они соединены, а из этого следует также, что в зависимости от своего желания можно быть или не быть членом государства. Однако на самом деле отношение государства к индивиду совсем иное; поскольку оно есть объективный дух, сам индивид обладает объективностью, истиной и нравственностью лишь постольку, поскольку он член государства» [4, стр. 279.]. «Разумность..., рассматриваемая конкретно, по своему содержанию [состоит]... в единстве объективной свободы... и субъективной свободы» [4, стр.280], а формальный общественный договор просветителей Гегель определяет, как «мнимо разумное», поскольку только «объективная воля есть в себе в своем понятии разумное, вне зависимости от того, познается она или не познается единичным человеком» [4, стр.281].

Что же касается свободы индивида, то по отношению к частным лицам, к гражданскому обществу государство с одной стороны, конечно, есть «внешняя необходимость», «но, с другой стороны, оно есть их имманентная цель, и его сила – в единстве его всеобщей конечной цели и особенного интереса индивидов, в том, что они в такой же степени имеют обязанности по отношению к нему, как обладают правами» [4, стр. 287]. «Все дело – в единстве всеобщности и особенности в государстве», писал Гегель, а «личная свобода человека» есть «единый принцип обязанности и права» [4, стр.288]. Это так, разумеется, только при условии, что мы отказываемся от принятой в договорной теории оппозиции государства и гражданского общества и принимаем принцип их диалектического единства. Тогда «...государство есть не что иное, как организация понятия свободы. Определения индивидуальной воли приводятся государством в объективное наличное бытие и только благодаря ему достигает своей истины и своего осуществления» [4, стр. 289].

Гегелевская логика была продолжена и К. Марксом, который гражданское общество понимал не в узком, формально правовом аспекте, а предельно широко: «Форма общения, на всех существовавших до сих пор исторических ступенях обуславливаемая производительными силами и в свою очередь их обуславливающая, есть гражданское общество» [7, стр.28-29]. Задачу свою он видел в том, чтобы «... рассмотреть действительный процесс производства и понять связанную с данным способом производства и порожденную им форму общения – т.е. гражданское общество на его различных ступенях – как основу всей истории» [7, стр.32-33]. Маркс специально обращает внимание на то, что в действительности общественный договор есть не философская абстракция, обозначающая свободное волеизъявление граждан, как это представлено, например, у Руссо [7, стр.62 и ссылка 30], а вполне конкретное соглашение, созданное в рамках конкретных производительных сил и «форм общения», то есть форм гражданского общества, как это было в Северной Америке.

Так же определенно писал Маркс о государстве: «Благодаря высвобождению частной собственности из общности [т.е. из гражданского общества в широком его понимании], государство приобрело самостоятельное существование наряду с гражданским обществом и вне его; но на деле государство есть не что иное, как форма организации, которую неизбежно должны принять буржуа, чтобы ... взаимно гарантировать свою собственность и свои интересы» [7, стр.72]. По поводу же фетишизации государства было сказано следующее: «Именно благодаря этому противоречию между частным и общим интересом последний, в виде государства, принимает самостоятельную форму, оторванную от действительных – как отдельных, так и совместных – интересов, а вместе с тем форму иллюзорной общности» [7, стр.25]. Идея отмирания государства в далеком будущем, в бесклассовом обществе никогда не была политической целью в марксизме и даже не была одной из важных идей ни в тактике, ни в стратегии. В Манифесте такие идеи левых, как «превращение государства в простое управление производством» названы авторами утопиями («имеют еще совершенно утопический характер» [8, стр. 136]). Здесь уместно вспомнить знаменитый спор К. Маркса с М. Бакуниным, нашим отечественным анархистом и

непримиримым борцом против любого насилия и угнетения, в первую очередь государственного.

Практически одновременно с классовой теорией государства в XIX веке в классической договорной теории появляются идеи, призванные улучшить саму теорию – это идея правового государства и идея социального государства, которые получили свое развитие только в XX веке. Отмечают, что «Социальное государство пришло вслед за правовым, потому что последнее в его классическом либеральном (формальном) варианте опиралось прежде всего на принципы индивидуальной свободы, формального юридического равенства и невмешательства государства в дела гражданского общества. А это привело к глубокому фактическому неравенству, кризисным состояниям в экономике и классовой борьбе. Все это потребовало от государства перехода в новое качественное состояние и выполнения им новых функций» [9]. В качестве примера часто приводят «новый курс» Ф.Д. Рузвельта и кейнсианскую экономику. Так или иначе, но практика минимального использования государства как инструмента в регулировании рынка («государство – ночной сторож») оказалась не состоятельна в условиях всемирного кризиса. А кризисы – в природе индустриального общества западного типа. Выход был найден в усилении роли государственного регулирования в экономике, политике, социальной сфере, за что сам Рузвельт был заподозрен его оппонентами в симпатиях к социализму, а позже подвергнут политической обструкции.

Политическая реальность XX века поколебала договорную теорию сразу с двух сторон. С «левой» стороны – СССР с его государством диктатуры пролетариата, где пролетариат, как всякий правящий класс, использовал свое легитимное право на насилие, часто несправедливо и «не гуманно», но в целом и в перспективе – для целей общественного прогресса. «Справа» договорная теория государства была поколеблена политическим опытом установления правой диктатуры меньшинства в Германии и ряде стран-сателлитов. Правая диктатура, установившаяся строго по канонам демократии, осуществлялась с опорой на военизированные формирования, состоящие из деклассированных элементов.

Попытки совершенствования и нового рационального обоснования договорной теории продолжались до конца столетия. Самой глубокой и содержательной, на наш взгляд, стала концепция дискурсивной демократии Юргена Хабермаса (*Die Einbeziehung des Anderen. Studien zur politischen Theorie*. 1996). Хабермас констатирует, что «теория общественного договора не смогла дать удовлетворительный ответ на брошенный этой ситуацией [кризиса легитимности власти] вызов» [10, стр.82-83]. Отметим, что даже Ф. Фукуяма, в крайнем либерализме которого не приходится сомневаться, примерно в это же время писал: «...либеральная демократия не самодостаточна: общественная жизнь, на которой она основана, должна в конечном счете исходить из источника, отличающегося от либерализма» [11, стр.488]. Поэтому Хабермас ищет средний путь между «либерализмом», где целое подчиняется части и теряет свою целостность, и «республиканизмом», где, напротив, часть поглощена целым и теряет свою индивидуальность, и, как ему кажется, находит его в

«делиберативной политике» как коммуникации, то есть всеобщего и широчайшего взаимодействия субъектов, заинтересованных в таком взаимодействии.

Анализ книги Ю. Хабермаса [12], однако, показывает, что перед нами лишь новое издание «общественного договора», а не «третий путь». Отличие от старого издания времен Гоббса и Локка – в предмете: предметом классического общественного договора было **право**, формальные правила игры, вводимые в целях избегания «войны всех против всех»; предметом же общественного договора Хабермаса является **мораль**. То есть признанный на неформальном уровне фундаментальный принцип «правильной совместной жизни» – принцип коммуникации: если ты – человек, то ты – разумное существо; если же ты – разумное существо, то ты предпочитаешь коммуницировать, а не конфликтовать. Из этих суждений логически следует, что если ты не хочешь коммуницировать, то ты – не разумен, а, следовательно, не человек. Со всеми вытекающими отсюда последствиями – культурными, социальными и политическими. Как говорится в известной рекламе: «У вас проблемы с коммуникацией? Тогда мы идем к вам!». Коммуникативная демократия оборачивается в современных условиях обоснованием насилия, придавая этому насилию идеологическую легитимность. Термин «либеральный тоталитаризм» уже вошел в научный обиход.

Дальнейшее привнесение в теорию общественного договора **принципа публичности**, призванного обеспечить демократию в современном информационном обществе, не позволяет раскрыть диалектику общего и единичного. Во-первых, потому, что участники коммуникации у Хабермаса – это рациональные субъекты. Между тем менталитет, на уровне которого и существует в основной своей массе общественное сознание, представлен как раз структурами весьма далекими от классической рациональности. Это хорошо отражено в современном персонализме. Так, например, говорят о «сверхпрагматике коммуникации в общности» как о «метадискурсивном уровне коммуникативной практики» [13, стр.56], то есть о коммуникации, не только выходящей за рамки рационального дискурса, как говорения и обмена информацией, но и являющейся качественно иной формой общения, раскрывающейся в таких терминах, как «смысл» и «понимание». О.Д. Шипунова отмечает: «в доктрине персонализма коммуникация трактуется как пространство самореализации человека, которое дает перспективу личностного существования в персоналистском Универсуме как особого рода цивилизации, в которой преодолеваются пороки индивидуализма и коллективизма» [14, стр.10]. Во-вторых, субъектом социального действия, как и в классической теории «общественного договора» Локка, по-прежнему является отдельный, автономный индивид. Но такой индивид – умозрительная выдумка, абстракция. Попытки внести содержание в анализ проблемы неизбежно погружают в социальный контекст, в культуру, но тогда автономный индивид исчезает, теряет свою автономность, становясь частью целого.

Проблема легитимности власти в формальной классической договорной теории выглядит как проблема чисто технологическая: есть ли в стране демократические структуры и соблюдена ли процедура выборов. Однако такой формальный подход,

характерный для механистического материализма эпохи Просвещения (а договорная теория – законный плод философии механистического материализма), как раз и загнал современную демократию в угол: всегда можно найти причины непризнания противника, особенно, если противники примерно равны. Не спасают даже новейшие формы договорной теории – концепции правового государства, социального государства или «делиберативной политики» с ее принципами коммуникации и публичности.

Родовая ошибка договорной теории, на наш взгляд, в **фетишизации государства**. У Т. Гоббса государство – вообще монстр, Левиафан; Дж. Локк и Ш. де Монтескье пытаются его, этого Левиафана, расчленить на части (разделение властей), что является просто другой формой фетишизации, не более. Фетишизация государства в XX веке выглядит несколько иначе: государство становится у буржуазных теоретиков жупелом и атрибутом тоталитаризма. Совершенно логично тогда выглядит появление современного модного течения – либертарианства, совершающего ту же ошибку фетишизации государства, только с обратным знаком «минус». Государству придают статус субъектности, а потом, недовольные его всемоуствием (Левиафан), свергают его с пьедестала, на который сами же его и возвели. Борьба сегодняшних либертарианцев против государства похожа на борьбу луддитов XIX века: тем тоже казалось, что стоит разрушить станки – и справедливость восторжествует. Гегель еще в XIX веке писал: «Ненависть к закону, праву, выраженному в законе, есть тот признак, по которому открываются и безошибочно познаются в их подлинном выражении фанатизм, слабоумие и лицемерие добрых намерений, во что бы они не рядились» [4, стр. 282].

Мы приходим к выводу, что «механистический», то есть формально-логический стиль мышления в этом случае не пригоден; необходимо обратиться к диалектике и диалектической логике, вспомнить Гегеля и Маркса. Показателен в этом отношении пример Востока. Гораздо более древняя (с II тысячелетия до н.э.) китайская политическая теория рассматривает государство как тотальность, целостность, как форму самоорганизации общества, в XX веке – гражданского общества. Вероятно, конфуцианство не позволяло, в отличие от европейского протестантизма, класть в основу политической культуры индивидуальность и частную собственность; социетарное начало в китайской цивилизации преобладало. В результате не произошло фетишизации государства, которое рассматривалось не как субъект и даже не как инструмент, аппарат управления, а как тотальность, целостность, управляемая «изнутри». Но управлять государством как целостностью «изнутри» может только субъект, находящийся там же, внутри тотальности. Или же это внешнее управление, что для «поднебесной» не приемлемо. И на место традиционной для Запада оппозиции «гражданское общество – государство», в которой государство превращается в фетиш и истинное противоречие замазывается, в восточной традиции встает оппозиция «частный интерес – общий интерес» или «индивид – социум», в которой «общий интерес», «социум» представлен не фетишизированным государством-Левиафаном, противопоставляемым гражданскому обществу и частному интересу, а государством

как целостностью, как тотальностью, то есть, по Марксу, гражданским обществом в широком (не узко правовом) значении этого термина.

В действительности, а не в теории, проблема легитимности власти вовсе не решается в формальном правовом поле; это проблема менталитета, проблема общественного сознания во всей его целостности. Политологи отлично знают разницу между легитимностью и законностью. Вот характерный, на наш взгляд, пример не формального, диалектического умозаключения: «...до появления идеи правового государства в Китае развивались идеи об эффективном управлении государством. Поскольку Китай является государством нравственности (это государство на основе нравственности), закон в общественной жизни не играет важную роль, а рассматривается как дополнение к нравственности. Закон существует, прежде всего, для обеспечения в обществе порядка, а не для защиты прав человека» [15].

Это рассуждение, которое приверженцы классической договорной теории назовут тоталитарным, означает, однако, вовсе не то, что они имеют в виду. Это рассуждение означает, во-первых, что правового регулирования недостаточно для предотвращения кризиса легитимности, для эффективного управления государством как целостностью необходим полномасштабный процесс полноценного духовного производства во всем его объеме; а во-вторых, что мораль и политика как таковые, по сути своей не только совместимы, вопреки Н. Макиавелли, но и неразрывно связаны, и только безответственные политики, желающие развязать себе руки, и обыватели, отличающиеся гражданским инфантилизмом, утверждают обратное. Наконец, и самое главное, логика этого рассуждения такова: **проблема легитимности власти есть проблема качества власти и ее эффективности, измеряемой ее способностью обеспечить общественный прогресс.** Формальные признаки демократии имеют к этому отношению довольно опосредованное, хотя и важное: формальная демократия может быть не качественна и не обеспечивать общественный прогресс, а недемократия может быть качественной и обеспечивать этот прогресс. Что во многом, кстати, зависит от конкретно-исторических условий, а не только от специфических свойств конкретного социума.

В свете вышесказанного нами была предложена классификация форм политических культур Нового времени (речь только о нем!), в рамках которых по-разному решался и решается вопрос обеспечения качественной политики и эффективного политического управления. Критериями такой классификации стали две пары категорий: рациональное – иррациональное и индивидуальное – социетарное. Четыре формы политической культуры: рационально-индивидуалистическая, рационально-социетарная, иррационально-социетарная и иррационально-индивидуалистическая – могут быть обнаружены в Новое время в том порядке, в каком они здесь и представлены.

Рационально-индивидуалистическая форма политической культуры характеризуется следующими особенностями. Декларируемым субъектом власти является гражданское общество в узко правовом его понимании – как совокупность частных лиц, имеющих гражданство. Первоначальный вариант – имеющих

собственность и платящих налоги. Номинальным субъектом власти является государство в лице властных структур, власть которых ограничена гражданским обществом и технологией демократии (разделение властей, сдержки и противовесы и др.). Реальным субъектом власти является частный национальный капитал, в руках которого государство и является инструментом рационального управления обществом и обеспечения его динамики, развития. Целью и смыслом прогресса объявляется удовлетворение материальных потребностей граждан и бесконечный рост их материального благосостояния и жизненного комфорта (общество потребления). Проблема свободы в рациональной форме представлена как проблема индивидуальной свободы в рамках существующей правовой системы (разрешено все, что не запрещено законом), то есть свобода трактуется как мера допустимого произвола в рамках права.

Рационально-социетарная форма политической культуры характеризуется следующими положениями. Декларируемым субъектом власти является гражданское общество в широком понимании – как народ, трудящиеся. В максимально широком значении трудящиеся – это та часть народа, которая создает материальные и духовные блага и непосредственно участвует в материальном и духовном производстве. Номинальным субъектом власти является государство как форма самоорганизации гражданского общества в широком понимании термина. В этом случае государство в лице властных структур берет на себя обязанность обеспечить не только экономический (рост благосостояния), социальный (справедливость), но и культурный (духовное производство через образование) прогресс самого гражданского общества, формой развития которого оно и является. Реальным субъектом власти является политическая партия большинства, партия трудящихся, как форма институализации гражданского общества, действующая в интересах всего гражданского общества. Высшей целью и политической ценностью является освобождение человека от всех форм отчуждения, а вектор движения к этому детерминирован конкретно-историческими социальными отношениями. Проблема свободы в рациональной форме представлена в виде проблемы овладения человеком (обществом) как слепыми стихийными силами природы, так и самими социальными отношениями. Личность трактуется как «ансамбль социальных отношений», что делает индивида укорененным в конкретно-историческую социальную реальность во всей ее целостности. Индивид же как самодостаточный атом признается абстракцией.

Иррационально-социетарная форма политической культуры характеризуется следующими принципами. Декларируемым субъектом власти является нация, которая объявляется носителем особой иррационально понятой исторической миссии, форма и содержание которой создаются и привносятся в общественное сознание идеологами. Номинальным субъектом власти объявляется государство как сакральное олицетворение нации в лице конкретных государственных деятелей, на которых и возлагается исполнение исторической миссии в конкретно-исторических условиях. Атрибутом государства в этом случае неизбежно является фюреризм с его иррационально (не так, как у М. Вебера!) понятой харизмой («дар свыше»). В этом случае государство в лице властных структур берет на себя обязанность обеспечить

рост индивидуального благосостояния нации, но не ее культурный рост, который, напротив, тормозится путем выхолащивания содержания общественного сознания. Политическая власть осуществляется с опорой на иррациональное в человеке – инстинкты, чувства, эмоции. Реальным субъектом власти является крупный частный капитал, сращенный с фетишизированным и сакрализированным государством и получающий прибыль, которая в этом случае не возможна без всеобщей милитаризации и войны. Индивид объявляется частью нации и ее «органической» клеточкой; проблема свободы трактуется как свобода индивида исполнять мессианскую волю нации. Личность тем самым растворяется в иррационально понятой национальной идее.

Иррационально-индивидуалистическая форма политической культуры может быть описана следующим образом. Декларируемым субъектом власти является гражданское общество в его узкополитическом, а не правовом понимании – как организованные сообщества, носители каких-то целей, ценностей, идеологий, социальных концепций. Вопрос о генезисе, содержании и распространении этих идеологий в этом случае тесно связан с политическими технологиями, что делает такое общество легко манипулируемым. Особенно в наше время широкого распространения современных средств коммуникации. Номинальным субъектом власти является государство в лице его властных структур как инструмент реализации политической воли реальных субъектов. Право, как рациональная форма общественного сознания в этом случае перестает играть решающую роль; его место начинают играть абстрактные, умозрительные принципы, такие как «права человека», «гуманизм», «общечеловеческие ценности», «свобода», «справедливость» и др. Абстрактными и умозрительными их делает симулякризация и виртуализация всей социальной реальности, характерная для этого типа политической культуры. Кризис рационализма этот процесс усугубляет. Реальным субъектом политики является финансовый капитал как современная и высшая форма симулякризации труда и связанные с ним транснациональные корпорации. В общественном сознании проблема свободы представлена в иррациональной форме как проблема формальной независимости индивида от любых форм принуждения и максимальной возможности выбора. Под принуждением понимается также и любой социальный «контекст», то есть общественное сознание (мораль, право, наука, религия и др.). Иррациональная мистификация и симулякризация всей социальной реальности и, в частности, политики и, как следствие, отчуждение в сфере материального и духовного производства становятся неизбежными спутниками этого типа политической культуры. Исчезает объективная возможность, как для индивида, так и для общества в целом, овладеть социальной реальностью. А значит исчезает и сама свобода.

Как было сказано выше, эти типы политической культуры легко проследить во времени. Рационально-индивидуалистический тип установился в Новое время в странах европейской демократии и остается во многом характерен для коллективного Запада. Рационально-социетарный тип был реализован в СССР и продолжает существовать в Китае и странах с более или менее авторитарным политическим

режимом и однопартийной системой. Иррационально-социетарный тип был реализован в странах, где была установлена правая диктатура. В настоящее время в такой парадигме живет Украина. Наконец, иррационально-индивидуалистическая политическая культура находится в стадии становления в США. Указанные в начале статьи особенности современной социальной реальности приводят к тому, что все эти (и возможные другие) формы политической культуры сосуществуют параллельно и в условиях методологического кризиса рациональности трудно поддаются беспристрастному анализу, что, однако, возможно (см., например: [16]).

Литература:

1. Гоббс Т. Левиафан или Материя, форма и власть государства церковного и гражданского // Гоббс Т. Сочинения в 2 томах. Т.2. М.: Мысль, 1991. -731 с.
2. Локк Дж. Два трактата о правлении // Локк Дж. Сочинения в трех томах. Т.3. М.: АН СССР, ИФ, изд. «Мысль», 1988. -168с. С.135 – 405.
3. Руссо Ж.-Ж. Об общественном договоре или Принципы политического права // Руссо Ж.Ж. Трактаты. Пер. с фр. - М.: «КАНОН-пресс», «Кучково поле», 1998. -416с.
4. Гегель Г.В.Ф. Философия права. Пер. с нем.: ред. и сост. Д.А. Керимов и В.С. Нерсисянц. М.: Мысль, 1990. -524с.
5. Гегель Г.В.Ф. Энциклопедия философских наук. Т.3. Философия духа. М.: Мысль, 1977. -471с.
6. Пристенский В.Н., Балахонский В.В. Онтология правка как его антропология // Вестник Санкт-Петербургского Университета МВД России: Научно-теоретический журнал. – 2006. – № 4 (32). – С. 443-447.
7. Маркс К., Энгельс Ф. Фейербах. Противоположность материалистического и идеалистического воззрений // Маркс К., Энгельс Ф. Избранные произведения. В 3-х т. Т.1. М.: Политиздат, 1979. -640с. С. 4-76.
8. Маркс К., Энгельс Ф. Манифест Коммунистической партии // Маркс К., Энгельс Ф. Избранные произведения. В 3-х т. Т.1. М.: Политиздат, 1979. -640с. с. 95-138.
9. Лукашева Е.А. Человек, право, цивилизации: нормативно-ценностное измерение / Институт государства и права РАН. - М.: НОРМА, 2009. - 384 с. // URL: <http://znanium.com/catalog/product/154704>
10. Хабермас Ю. Вовлечение другого. Очерки политической теории. СПб.: «Наука». 2008.
11. Фукуяма Ф. Конец истории и последний человек. М.: АСТ: Ермак, 2005.
12. Фомин А.П. Принцип публичности в концепции Юргена Хабермаса Ценности и коммуникация в современном обществе. СПб.: Изд-во Политехн.ун-та, 2012. С.49-56.
13. Шипунова О.Д. Сверхпрагматика коммуникации: логика понимания // Коммуникация: метафизика и метадискурс. Сборник статей. СПб.: Из-во Политехнического ун-та. 2010.
14. Шипунова О.Д. Коммуникативная стратегия интеллектуальной доктрины // Коммуникативные стратегии информационного общества. Труды IV М/н научно-теоретической конференции. СПб.: Изд-во Политехнического университета. 2011.
15. Миньянь Л. Теория правового государства в Китае // Вестник Московского университета. Сер. 11. Право. 2010. №4.
16. Лезгина М.Л., Иванов В.Г. Методология прогнозирования в условиях мирового кризиса // Глобальная динамика социальных процессов современности. Материалы Международной конференции. Гл. ред. К.В. Султанов. С-Пб.: Изд-во Санкт-Петербургского политехнического университета Петра Великого. 2009.

Связи с общественностью в трансформации общества знания в общество понимания
Public Relations in the transformation of a knowledge society into a society of understanding

Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова
Plekhanov Russian University of Economics

В статье анализируются ограничения современной трактовки «общества знания» и рассматривается роль связей с общественностью в трансформации «общества знания» в «общество понимания». Современные связи с общественностью имеют большой потенциал в содействии развитию понимания социального предназначения и ценностей социальных субъектов и расширению взаимопонимания между ними. Кроме того, они могут помочь лучшему пониманию социальными субъектами социальных и экологических проблем и способов их решения в рамках заботы о репутации и создания систем социальной ответственности, направленных на защиту окружающей среды, обеспечение прав человека, развитие образования, науки и культуры.

Ключевые слова: общество знания, общество понимания, связи с общественностью, PR-технологии, социальная ответственность, репутация, PR-образование.

The article analyzes the limitations of the modern interpretation of the concept of “knowledge society” and examines the role of Public Relations in the transformation of the “knowledge society” into the “society of understanding”. Modern Public Relations have a great potential in contributing to the development of understanding of the social purpose and values of social actors and the expansion of mutual understanding between them. In addition, they can help social actors to understand social and environmental problems and to find the ways to solve them as the part of caring for their reputation and creating social responsibility systems aimed at protecting the environment, ensuring human rights, developing education, science and culture.

Keywords: knowledge society, society of understanding, public relations, PR-technologies, social responsibility, reputation, PR-education.

Понятие «общество знаний» (knowledge society) было введено в научный оборот американским профессором австрийского происхождения Питером Ф. Друкером в 1968 г. в книге «Эпоха разрыва. Ориентиры для нашего меняющегося общества» [1]. П.Ф. Друкер видел в качестве главной характеристики этого общества «утверждение знания как основы общества, фундамента экономики и социального действия» [2, Р. 326]. Поскольку основные теоретические понятия общества знаний и их эволюция проанализированы в современных исследованиях, в частности качественный анализ представлен в работах авторитетного в этой области специалиста А.О. Карпова [3,4], в данной работе мы остановимся на тех причинах, которые заставили видного российского ученого, академика С.П. Капицу говорить о необходимости движения от «общества знания» к «обществу понимания», в котором «не знания, а их понимание становится основной задачей воспитания ума и сознания» [5]. Кроме того, учитывая огромное значение, которое придают коммуникативным технологиям исследователи современного общества, мы постараемся выявить потенциальную роль PR-коммуникаций или связей с общественностью в процессах трансформации общества знания в общество понимания.

С 90-х гг. прошлого столетия в научных дискуссиях «общество знания» или «общество знаний» рассматривались, прежде всего, как общество, в котором развитие

осуществляется на основе постоянного обучения и приращения научных и прикладных знаний.

В 2005 году во Всемирном докладе ЮНЕСКО «К обществам знания», подготовленном с привлечением всемирно известных ученых, отмечалось: «Сегодня общепризнано, что знание превратилось в предмет колоссальных экономических, политических и культурных интересов настолько, что может служить для определения качественного состояния общества, контуры которого лишь начинают перед нами вырисовываться». В Докладе «общества знания» определяются как «общества, источником развития которых являются собственное многообразие и собственные способности» [6, С. 19].

Несмотря на предупреждение авторов Доклада о таких опасностях, как разъединенность общества, чрезмерная коммерциализация знаний, которая может привести к саморазрушению знания «в качестве знания как такового» [6, С. 25], «общества знания» в начале XXI века все чаще рассматриваются как общества, в которых знание становится наиболее доходным рыночным товаром. В действительности, в «глобальном обществе знания» изменилось лишь то, что подлежит продаже, а вовсе не роль знания в жизни и перспективах развития современного социума.

Таким образом, первоначальное понимание того, что «общество, основанное на знаниях, равно как и экономика знаний, – это не цель, а средство достижения социальных целей общества, поставившего во главу своей культурной и экономической модели производящую силу человеческого мышления» [3, С. 440], постепенно утрачивается.

Так в энциклопедии The Wiley-Blackwell Encyclopedia of Globalization, изданной в 2012 году, основами для превращения современных обществ в общества знаний называются изменения в структуре экономики развитых и развивающихся стран. В статье говорится: «трансформация структур современной экономики через знания... составляет «материальную» основу и обоснование для обозначения современного общества как «общества знаний» [7].

Энциклопедия The Blackwell Encyclopedia of Sociology, датируемая 2015 годом, акцентирует внимание на том, что «значение знаний и знаний о знаниях возрастает во всех сферах жизни и во всех социальных институтах современного общества». Однако в разъяснении понятия «общество знания», к названным в качестве традиционных определяющих характеристик общества - собственности и труда, просто добавляется новый принцип «знания», а современное общество со всеми его проблемами и среда, в которой оно развивается и на которую оно оказывает все более пагубное влияние, остаются за пределами внимания концептуального видения этого общества [8].

В Декларации Генеральной Ассамблеи ООН «Преобразование нашего мира: Повестка дня в области устойчивого развития на период до 2030 года», принятой 25 сентября 2015 года, где мировому сообществу даны впечатляющие обещания процветания и благоденствия без какого-либо указания на средства реализации этих обещаний, общество, основанное на знаниях, упоминается всего один раз [9].

Авторы исследования перспектив знаний и общества знаний в рамках целей в области устойчивого развития, отмечают, что «концепции знаний и общества знаний, как оказалось, занимают незначительную позицию в основном программном документе «Преобразование нашего мира». Исследователи объясняют это тем, что развитые страны и корпоративный сектор «вероятно, оказали большое влияние на определение окончательного текста» этого программного для всего мира документа и «сыграли важную роль в исключении дополнительных трансформационных дискуссий и сохранении статус-кво» [10].

О реальном снижении роли не актуального для быстрой монетизации знания свидетельствует возрастающий разрыв между беспрецедентными возможностями современной науки в нахождении способов решения экономических, социальных, экологических и других актуальных для современного социума проблем и дальнейшим увеличением и обострением этих проблем. Одним из показателей движения «от общества знания» является тотальное сокращение сроков высшего профессионального обучения. Так, исследование программ профессионального обучения по всему миру показывает, что во множестве вузов сроки обучения на бакалавриате сокращаются до трех лет, а в магистратуре до одного года. При этом задачи решения проблем, которые становятся угрозами для выживания человечества, все чаще ставятся не перед научным сообществом, а перед общественными организациями, которые больше сосредоточены на протестных движениях, чем на стратегиях и технологиях решения этих проблем.

Поэтому перспективной альтернативой идее «общества знания», получившей преимущественно рыночное обоснование, является обозначенная выше идея академика С.П. Капицы о необходимости движения «от общества знания к обществу понимания», путь к которому, по словам известного ученого, ведет «через систему образования и те ценности, которые воспитываются и проповедуются в обществе».

Несомненно, трансформация «общества знания» в «общество понимания» задача комплексная и чрезвычайно сложная и решать ее можно только совместными усилиями всех современных социальных институтов на всех уровнях. С.П. Капица большую роль в этом процессе отводит СМИ, которые, по его замечанию, часто ориентируются лишь на коммерческие интересы владельцев и скорее мешают развитию понимания в современном мире.

Но есть другой социальный институт, задачей которого является выстраивание коммуникативных связей между самыми разнообразными государственными, коммерческими и некоммерческими организациями – это связи с общественностью. И у этого социального института есть реальный потенциал в создании ценностного коммуникативного пространства [11] и содействии движения к обществу понимания. Чем же обусловлен этот потенциал?

Во-первых, специалисты по связям с общественностью сегодня становятся все более востребованными в самых разных международных, национальных, конфессиональных и других учреждениях, организациях, компаниях, в том числе в средствах массовой информации всех уровней и масштабов. Трудно представить

современную организацию, работающую в любой сфере, в которой бы не было структуры, отвечающей за выстраивание системы внутрикорпоративных коммуникаций, за коммуникативные связи с заинтересованными сторонами и широкой общественностью. То есть, возникает ситуация, в которой специалистов по связям с общественностью становится все больше и у них появляется все больше возможностей распутывать коммуникативный и управленческий «войлок» со спутанными разнородными нитями» [12], и, выстраивая взаимосвязи с целевыми аудиториями и общественностью, становятся агентами все большего понимания социального предназначения и ценностей тех социальных субъектов, которые они представляют, а также взаимопонимания между социальными субъектами.

Во-вторых, все большую роль в отношении сотрудников, представителей заинтересованных сторон и широкой общественности к той или иной государственной, частной или общественной корпорации играют репутационные показатели и уровень социальной ответственности, забота о которых в настоящее время в значительной мере отнесена к полномочиям связей с общественностью. В свою очередь, реализация корпорациями социальной ответственности как важнейшей репутационной составляющей – это всегда демонстрация их уровня понимания социальных и экологических проблем и стоящих перед обществом социокультурных задач, а также способности включаться в решение этих проблем и задач. Важную роль в этом играют разработка комплексных программ социальной ответственности, развитие социального партнерства [13, 14] подготовка социальной отчетности, раскрывающей информацию о реальном вкладе каждой корпорации в защиту окружающей среды, обеспечение прав человека, в развитие образования, науки и культуры.

Очевидно, что для этого сами специалисты должны понимать, что связи с общественностью – это, прежде всего гуманитарные технологии, реализация которых связана с гуманитарными возможностями и гуманитарными рисками. Даже работая в бизнес корпорациях, специалист по связям с общественностью должен понимать, «суть и цель корпорации не в хозяйственной деятельности и формальных правилах, но в человеческих отношениях как между членами корпорации, так и между корпорацией и гражданами за её пределами» [15, Р. 13].

А это уже является задачей профессионального сообщества специалистов по связям с общественностью и профессионального образования.

Литература:

1. Друкер П.Ф. Эпоха разрыва. Ориентиры для нашего меняющегося общества. Перевод с англ. Б.Л. Глушакова. М.: Изд. дом “Вильямс”. 2007.
2. Drucker P.F. The Age of Discontinuity: Guidelines to our Changing Society. London: Heinemann. 1969.
3. Карпов А.О. “Товаризация” образования против общества знаний. // Вестник Российской Академии Наук. 2015. Том 84. № 5. с. 434–440.
4. Карпов А.О. Основные теоретические понятия общества знаний // Вестник Российской Академии Наук. 2015. Том 85. № 9. с. 812–820.
5. Интервью С. Капицы, данное на Чешском радио в Праге 29.04. 2009. URL: <https://www.radio.cz/ru/rubrika/razgovor/s-sergeem-kapicej-ot-obshchestva-znaniy-k-obshchestvu-ponimaniya>
6. К обществам знания. Всемирный доклад ЮНЕСКО. Париж: ЮНЕСКО. 2005.
7. Stehr N. Knowledge Societies. The Wiley-Blackwell Encyclopedia of Globalization. 2012.
8. Stehr N. Knowledge Societies. The Blackwell Encyclopedia of Sociology. 2015.

9. Декларации Генеральной Ассамблеи ООН «Преобразование нашего мира: Повестка дня в области устойчивого развития на период до 2030 года». 2015. URL: <http://docs.cntd.ru/document/420355765>
10. Cummings S., Regeer B., Naan L., Zweekhorst M., Bunders J. Critical discourse analysis of perspectives on knowledge and the knowledge society within the Sustainable Development Goals. // *Development Policy Review*. Volume 36. Issue 6. 2017.
11. Осипова Е.А. Связи с общественностью как средство формирования ценностного коммуникативного пространства. М. 2009.
12. Drucker P.F. *The Age of Discontinuity: Guidelines to our Changing Society*. London: Heinemann. 1969. Цитируется по Карпов А.О. Основные теоретические понятия общества знаний // *Вестник Российской Академии Наук*. 2015. Том 85. № 9. с. 816.
13. Осипова Е.А. Связи с общественностью в социальной сфере. Ценностно-ориентированный подход к PR-практике. М. 2007.
14. Осипова А.В. Сотрудничество брендов с крупнейшими музеями Москвы и Санкт-Петербурга. В сборнике: «Коммуникативные стратегии информационного общества. Труды X Международной научно-теоретической конференции. СПб.: 2018. С. 299-301.
15. Drucker P.F. *Concept of the Corporation*. Piscataway: Transaction Publishers, Rutgers. The State University of New Jersey. 2008.

УДК 1:165, 1:167, 1:316,
ББК 87

Л.В. Мурейко
L. Mureyko, lamureiko@gmail.com

Медиареальность: энактивистский подход **Mediareality: an activist approach**

Петербургский государственный университет путей сообщения Императора Александра I
Emperor Alexander I St. Petersburg State Transport University, St. Petersburg

Цель исследования – уточнить онтологическое измерение массовой коммуникации. Задача исследования - анализ базовых условий формирования реальности силами масс-медиа (с привлечением разных позиций в рамках энактивистского подхода).

Ключевые слова: Коммуникация, масс-медиа, энактивизм, воплощенность, действие, перформанс.

The aim of the study is to clarify the ontological dimension of mass communication. The aim of the study is to analyze the basic conditions of the formation of reality by the mass media (with the involvement of different positions within the enactivist approach).

Keywords: Communication, mass media, enactivism, embodiment, action, performance.

Говоря об онтологическом измерении коммуникации в целом, О.В. Костина справедливо отмечает, что с этой позиции в самом основании коммуникации как социокультурного феномена содержится «пунктирная линия оформления бытия». Она проявляется как связь «со всеми способами репрезентации действительности, с миром символических конструкторов и с той непосредственностью опыта, который уже не является естественным по существу, а проявляется в виде тонких социальных нитей, внедренных в нашу чувственность» [1, с.130]. Но наиболее интенсивно эта «пунктирная линия оформления бытия» проявляет себя в современной массовой коммуникации.

В понимании медиареальности, формируемой масс-медиа, оттолкнемся от идеи Н. Лумана о том, что воспринимаемая нами реальность уже предварительно оформлена, будучи включенной в *переплетение социально-культурных и когнитивных нормативных основ именно человеческого действия*, что особенно характерно для его *повседневной* циркуляции [2]. На этом базируется зачастую неосознаваемая

функционально-техническая сторона когнитивных операций, поддерживаемая знаково-символическими конструкциями. И именно эта сторона является платформой для операций масс-медиа, создавая им в условиях нейтрализации самосознания человека возможность автономии в конструировании смысловых новообразований.

Здесь имеется в виду, что знаковая система в ее использовании масс-медиа, ориентируясь на сознание, включенное в многоплановую повседневную деятельность, через рекомбинацию элементов порождает новые формы связи отдельных когнитивных актов. Тем самым создается возможность нового сочетания образов реальности, иного видения предметного мира. Важно, что по-иному увиденный мир не будет представляться абсурдным, входя в оппозицию с представлением о «настоящей реальности», поскольку в повседневном сознании укоренена привычка воспринимать знак в его неразрывной связи с логикой знаковой системы.

В теории медиа сегодня широко используются понятия «медиальность», «медиации», означающие неосознаваемый обычным человеком способ оформленности среды, побуждающий к определенному способу ее восприятия и встраивания в нее. Медиальность в определенном смысле перекликается с понятием коммуникативного кода, когда под кодом понимают систему условных обозначений в виде знаков, правил их связи, используемой для передачи, обработки, запоминания, хранения широко циркулирующей информации в определенной форме. Иначе говоря, медиальность означает оформленность смысла среды или его привязанность к неявному формату, способу ее понимания и выражения. Важно, что коммуникативный код способен выполнять компенсаторную функцию в случае многомерности или неопределенности конкретного знака. Медиальное, *с необходимостью входя в коммуникативную практику*, концентрирует в себе все формы *материального* проявления знаков [3], тем самым *предельно сближая ментальное и материальное*.

Благодаря этому сближению действия медиа не сводятся к жесткому однозначно формируемому способу восприятия и практического освоения реальности. Формируемая ими медиареальность в своем развитии не лишена стихийности, изменчивости. Однако медиа, стремящиеся к самодостаточности и самовоспроизводству, ориентированы на максимально возможный контроль всех новых явлений. Более того, используя мобильные структуры, медиа настроены на собственное конструирование всего нового, необычного. Этому способствует поощряемая ими остенсивность и зримость слова, не выделяемого из среды, использование ремифологизации, мозаичность в подаче информации, обращение к телесной организации человека, повседневным формам его взаимодействия с окружающим миром.

Стремление к самодостаточности медиа в конструировании медиареальности поддерживается обращением к таким формам существования человека, которые характеризуются размытостью границы между субъектом и объектом. Это обеспечивает как создание такого мира вещей, который специфически выражает *определенную организацию материальной среды*, так и эффект «вовлеченности в нее субъекта» со специфически функционирующей ментальностью.

Энактивистский подход проявляет особый интерес именно к такого рода ментальным состояниям. Исходная посылка энактивизма – в выделении такого свойства базового ментального состояния, как «воплощенность» (embodiment) в конкретной телесности, посредством деятельности (enactive) встроенной (embedded) в среду обитания.

«Воплощенность» при этом понимается в двух планах. (1) Как зависимость когнитивного опыта от опыта обладания телом с учетом его разных сенсорно-моторных навыков и (2) как встроенность этих навыков в более широкий контекст, связывающий биологический, психологический и социально-культурный процессы.

«Действие» означает круговую связь в функционировании живой когнитивной системы практической активности, моторных актов и сенсорных процессов, восприятия [4, р. 172–173].

Тем самым, согласно умеренным (не радикальным) энактивистам, если мы хотим сохранить понятие «ментальные репрезентации», то мы должны его понимать только как «репрезентация-в-действии» с учетом динамического состояния всего организма в его способности адекватно ориентироваться в среде обитания. «Ориентирование» как раз и обозначает одновременность действия и восприятия.

Энактивистское направление исследований базовых актов восприятия реальности неоднородно. По-разному толкуется идея конструирования живым существом модели реальности, разное отношение к возможности пропозициональной репрезентации.

Причисляющий себя к этому направлению В.А.Лекторский развивает концепцию конструктивного реализма, отталкиваясь от идей Дж. Гибсона, связывая их с существующими в отечественной философии идеями культурно-исторического и деятельностного понимания познания (Л.С.Выготский, Э.В. Ильенков и др.) [см.:5].

Согласно А. Ноэ, центральная идея энактивистского подхода «заключается в том, что наша способность восприятия не только зависит, но и конституируется нашим владением определенного рода *сенсорно-моторным знанием*» [6, с. 2] (выделено мной – Л.М.). Это имплицитное практическое знание, знание-как, а не знание-что, которое, являясь, по-видимому, эволюционно складывающимся фундаментальным телесным навыком, указывает на взаимосвязь разных способов движения и сенсорных стимулов. Благодаря этим навыкам существо достраивает до целостности, то, что не попадает в зону видимости или понимания. Важно, что в эти навыки включена способность существа к *самодвижению*. Причем движение обусловлено способностью существ воспринимать определенным образом *самих себя*.

Н. Луман использует идеи энактивизма применительно к коммуникативной системе, которая характеризуется как самореферентная, оперативно замкнутая на себя, «процессирующая» себя. Отталкиваясь от идей Ф.Варела и Х.Матурана об автопозисе (самовоспроизводстве) органических систем, Н. Луман полагает, что суть общества состоит в коммуникации, за счет которой в моторном режиме реализуется адаптивная функция социальной системы. Причем, адаптивные и когнитивные процессы в социальной системе тесно связаны. Иначе говоря, деятельное самовоспроизводство социальной системы осуществляется как единство адаптивного самоконституирования

и смыслового конструирования как себя, так и внешней реальности. Специфика социальных систем в их отличии от органических систем, по Луману, заключается именно в том, что искусственное конструирование смысла способствует повышению уровня их адаптивности.

Существует в энактивизме и такое направление мысли, согласно которому смысловым конструкциям масс-медиа, программирующим сознание, можно сопротивляться посредством проверки на практике идей перформативного искусства (обостряющего проблему процессуальности и коммуникативности восприятия, а также обычных вещей, выставленных напоказ) [7].

Также деятельностно ориентированные исследования осуществляются через анализ экспериментов с геолокационными медийными играми, с эффектами «постдраматического театра» [8] или «медиа-театра», организующего спектакли в пространстве города; через изучение особого внимания и физиологии активности посредством медитации [9] и др.

В большинстве исследований акцент делается сегодня на способность воспринимать предметный и событийный мир во взаимодействии людей, включенных в коммуникативный процесс посредством его конструктивной мобильной организации и создания нового субъекта в виде новой публичности. Широкую популярность приобретает принцип перформанса, игровой подход к изучению восприятия жизненного пространства.

Перформанс, игровой способ освоения реальности в широком социально-культурном смысле имеет давнюю историю. Примером тому может служить карнавал. Но сегодня благое намерение сопротивляться программирующим сознание актам медиа вовлекается в тенденцию размывания границы между перформансом как продуктивным социокультурным явлением и как медийным манипулятивным регулятором способа восприятия мира.

В последнем случае перформанс игровым способом спекулирует на рекурсии как самовоспроизводстве, на множественной технической репродукции. Вызывая необходимость многократных переосмыслений воспринятого, он затемняет основу первоначального содержания. Игра, драматургическая логика, зрелищность как концентрированное выражение визуальности, новации в социальных экспериментах представляются как ценные сами по себе, то есть инструментально. Значимость действия гиперболизируется и отрывается от целей. Ставка на «перформативное поведение» с его особой «энергией действия» снижает значимость содержательного речевого поведения.

В целом, характерное для игровой деятельности моделирование искусственной реальности на базе интересубъективного взаимодействия соответствует глубинным задачам масс-медиа в формировании медиареальности. В коммуникативных актах, продуцируемых масс-медиа, акцент ставится не на переживание, а на энергию действия. Вовлечение человека в энергию действия становится важным условием формирования его способа восприятия реальности в русле театрализации

коммуникативного процесса с игровым использованием знаков для производства значений.

Литература:

1. Костина О.В. Онтологическое измерение коммуникации // Медиафилософия. Основные проблемы и понятия. Материалы международной научной конференции «Медиа как предмет философии», 16-17 ноября 2007 года. СПб: СПб. филос. общество, 2008.
2. Луман Н. Реальность массмедиа. М.: Праксис, 2005. 256 с.
3. Jäger L., Linz E. (Hg.) Medialität und Mentalität. Theoretische und empirische Studien zum Verhältnis von Sprache, Subjektivität und Kognition. München, 2004.
4. Varela F., Thompson J.E., Rosch E. The Embodied Mind: Cognitive Science and Human Experience. Cambridge, MA: MIT Press, 1991.
5. «Реалистический поворот» в современной эпистемологии, философии сознания и философии науки? Материалы «круглого стола». Участники: В.А. Лекторский, Пружинин Б.И., Д.И. Дубровский, Д.В. Иванов и др. // Вопросы философии. 2016. № 12. С. 5-38.
6. Noë A. Action in Perception. Cambridge, MA: MIT Press, 2004.
7. Lütticken S. General Performance // E-flux. 2012. No. 31. URL: <http://www.e-flux.com/journal/general-performance> (accessed on 01.04.2016).
8. Lehmann Н.-Т. Postdramatic Theatre / Trans. by K. Jürs-Munby. L.; N.Y.: Routledge, 2006. 214 p.
9. Фаликман М.В. Медитация как культурная практика; взгляд с позиций культурно-деятельностного подхода // Философские науки. 2018. № 3. С. 110—132.

УДК 316.77, ББК 60.0

В.И. Игнатьев
Vladimir I. Ignatyev, ighnatiev.v@inbox.ru

Человек в интеракциях с искусственным интеллектом: коммуникации или социальные взаимодействия?
Human in interactions with artificial intelligence: communications or social interactions?

*Новосибирский государственный технический университет
Novosibirsk State Technical University*

Проверяется гипотеза о подобии социальным интеракциям взаимодействий человека с устройствами искусственного интеллекта. В качестве объектов анализа выбраны образцы “поведения” ботов стеков-платформ, устройств Интернета вещей, роботов и электронных цифровых помощников. Установлено, что интеллектуальные машины реализуют в своей активности ряд схем действий схожих с социальными: распознавание объекта взаимодействия, ориентация на Другого, прогнозирование ответных действий, отнесения своего поведения к набору нормативных образцов, заложенных в алгоритме. Выявлена специфика действия интеллектуальных устройств, прежде всего отсутствие индивидуального Я-образа и рефлексии исполняемой роли, ограниченность возможности свободного выбора сценария ввиду отсутствия у алгоритмов собственного накопленного “жизненного опыта” и пройденных этапов социализации. Удалось подтвердить, что взаимодействие интеллектуальных устройств с человеком приобрело характер специфической разновидности социального взаимодействия. Получены подтверждения об активном формировании гибридного человеко-техносубъектного социума.

Ключевые слова: искусственный интеллект, социальные коммуникации, техносубъект, социальное взаимодействие, гибридный социум, Интернет вещей, цифровые помощники.

Verifies the hypothesis: is human interaction with artificial intelligence is social interaction. As objects of analysis selected samples of “conduct” bots stacks-platforms, devices, Internet of things, robots and electronic digital assistants. It has been established that intelligent machines implement in its activity a number of schemes similar to social action: object recognition interaction, orientation to Another, predicting response, attributing its behavior to a set of normative samples planted in the algorithm. Specifics actions smart devices, particularly the lack of individual I-image, the lack of reflection of the role performed, limitation the possibility of freely choosing the script because the algorithms of your own lessons learned “life experiences” and passed

the stages of socialization. It was able to confirm that the interaction of intelligent technical systems with humans has become a specific type of social interaction. Received confirmation about the active formation of hybrid human-technosubject society.

Keywords: artificial intelligence, social communications, technosubject, social interaction, a hybrid society, Internet of things, digital assistants.

Гипотеза

Взаимодействие человека и машины есть взаимно направленный процесс, имеющий характер подобный социальным действиям, исходящим от разнородных объектов-участников взаимодействия, объединенных в гибридную социотехническую систему.

Некоторые исходные концептуальные проекции

Эвристический потенциал классических теорий социального действия, спроецированный на новый вид системного образования, возникшего в социуме цифровой эпохи (гибридный объект “человек–машина с искусственным интеллектом”), открывает возможность интерпретации активности сторон как взаимно направленных действий для обнаружения в их проявлениях признаков социального взаимодействия и выявления его специфики. Выделим из многих такие концепции, которые, на мой взгляд, в большей степени могут вскрыть специфику поведения участников и, самое главное, описать такой механизм социального взаимодействия, с которым классической социологии еще не приходилось иметь дело.

<<“ Действием” мы называем действие человека (независимо от того, носит ли оно внешний или внутренний характер, сводится к невмешательству или терпеливому принятию), если и поскольку действующий индивид или индивиды связывают с ним субъективный смысл. “Социальным” мы называем такое действие, которое по предполагаемому действующим лицом или действующими лицами смыслу соотносится с действием других людей и ориентируется на него>> (М.Вебер) [1]. “Единица действия включает в себя определенное число конкретных элементов, таких, как конкретная цель, конкретные условия, конкретные средства, одна или несколько норм, управляющих выбором средств для достижения цели” (Т.Парсонс) [2]. В концепции Дж. Мида люди реагируют на окружающую среду в зависимости от значений-символов, которыми они наделяют свое окружение. Эти значения (способ связи явления и символа) выступают продуктом социального повседневного межличностного взаимодействия – интеракции и подвержены изменениям в результате индивидуального восприятия в рамках такого взаимодействия [3]. При этом участники взаимодействия постоянно ставят себя на место другого, чтобы полнее понять и учесть его ожидания от взаимодействия. Тем самым взаимодействие формируется в процессе его интерпретации участниками, при принятии роли и формировании образов “обобщенного другого”, “значимого другого” и “зеркального-Я” (Ч.Кули). Коммуникация и есть собственно социальное действие: “понятие коммуникативного действия в конечном итоге основано на сочетании двух способностей субъектов к созданию межличностных отношений – способности к общению (как вербальному, так и невербальному) и способности к действию. Субъекты ориентированы на понимание ситуации, чтобы скоординировать свои действия. При этом центральное место занимает интерпретация, направленная на выработку согласия в определении ситуации” (Ю.Хабермас) [4].

Метаморфоз системы социального действия: новые игроки и новые правила

До начала эксплуатации и взаимодействия с человеком машина уже представляет собой воплощенный в ней социум. В процессе эксплуатации она предстает для человека как Другой – техносубъект. “Техносубъект – техническая система, которая обеспечивает осознанное формирование собственного будущего” [5]. Машина как “опредмеченная” деятельность под воздействием команды человека превращается в “живую” деятельностью, активированную машину. В этом процессе “распредмечивания” она является активным участником, что выражается либо через заложенные в ней функции, либо же через их трансформации в процессе изменения ситуаций с помощью искусственного интеллекта (ИИ). Например, после контактов человека в Facebook, ИИ продолжает распоряжаться личными данными, тем самым присваивая и распоряжаясь информационными ресурсами человека, с которыми вступил изначально во взаимодействие. Это очевидно неравноценный обмен между участниками взаимодействия. Но обмен уже состоялся, и продолжение пользования информацией человека делает бота (Facebook) субъектом – поскольку он другая активная сторона интеракции. Так же обстоит дело и в случае с Google, который накапливает данные о человеке, не ставя его в известность. Более того, действия Google-бота бесконтрольны, а человек и Google неравны как субъекты взаимодействия. Причем, и Facebook, и Google действуют по программам, созданным

человеком, и, запуская эти программы, люди как пользователи одновременно включаются в систему субъект-субъектного взаимодействия, поскольку боты ведут себя как люди, хотя бы и искусственные. Так же ведут себя и цифровые помощники, когда исполняют роли личного секретаря. Это тоже действия по заложенной в них программе, но содержание программы имеет социальное происхождение, т.к. участник взаимодействия исполняет социальные роли, и человек будет взаимодействовать с таким ботом как человекоподобным Другим [6]. Алгоритм по совершенствованию собственного профиля позволяет затем взаимодействовать с этим Своим-Другим, который становится искусственным субъектом взаимодействия. Это характерно и для взаимодействия индивида с виртуальной и дополненной реальностями, когда он вступает во взаимодействие с Другим-Я, а не просто погружаясь в картины и события, создаваемые в своем воображении с помощью технических устройств.

Эти искусственные, воспринимаемые всеми рецепторами объекты, направляют, регулируют и меняют самого человека, т.е. выступают в роли активных контр-субъектов. Виртуальная реальность и дополненная реальность как некие субъекты уводят индивида в альтернативный, параллельный физический и социальный миры, тем самым управляя индивидом, проявляя свое субъектное качество. Через обратную связь “человеческое” начало возвращается человеку через взаимодействие с артефактом-машиной, но это возвращение возможно только через активность этого артефакта, становящегося техносубъектом. За людьми следят, их видят и постоянно слушают смартфоны, сами становясь частью людей, и организуя их жизнь по созданным ими же алгоритмам. Но к людям эти “они” возвращаются уже не как вполне “они”, а модифицированные машинными принципами – алгоритмическими, т.е. чистым расчетом, и тем ограниченным до предела человеческим миром, который люди сами установили в алгоритмы. В этом и состоит суть перехода от человеческих ритмов – андроритмов – к алгоритмам, но не только в той интерпретации, которую дает им Г.Леонгард [7], а в более широком смысле: с людьми в постоянном взаимодействии находятся “они другие” на основе алгоритмов. Следствием воздействия на них становится перепрограммирование людей в носителей алгоритмов. Причем, только в этом случае и возможно продолжение интеракции человека с устройством.

Еще один шаг к уподоблению ботов техносубъектам – их глубокое обучение. Современный человек повсеместно сталкивается с автоматизацией, неосознанно ей подчиняется, признавая ее превосходство и даже власть. Постепенно люди перестают доминировать в интеракциях, машины все более превращают их – как вторую (уже не первую!) сторону в интеракции – в самих себя, в разновидность техносубъекта с антропными корнями. Люди идут на поводу алгоритмов, слепо доверяют их подсказкам, и все потому, что это им удобно делать. Но одновременно и перегружают свои действия обязательным многообразным и навязанным поведением: алгоритмы все время напоминают о необходимости совершать определенные действия и диагностируют поведение людей на расстоянии. Тем самым технологии парализуют человека и заставляют забыть, что он является субъектом и создателем алгоритмов. Взаимодействия между человеком и ботами приобретают характер социального отношения – подчинения человека. Весь этот контроль основан на том, что человек все что видит и слышит о мире, и друг о друге, получает от алгоритмов, формируя на этой основе образ “обобщенного другого”. И Google, и Facebook практически не управляются людьми, хотя их работа видна, но выполняется алгоритмами. Алгоритмы разрабатывают люди, но будучи созданными, они себя сами совершенствуют, расставляя акценты, предлагая людям предпочтительные образцы. В итоге все, что люди выбирают, определяется ботами. Именно они все более активно формируют образ “значимого другого”. Это создает проблему для самоидентификации и идентификации других людей при социальных взаимодействиях и социальных действиях. При ориентации на Другого образ этого Другого навязывается ботом. Другие люди видят по-другому и другое содержание. Как следствие, социальные взаимодействия затрудняются. В человеческом поведении вытесняются такие его черты как способность задавать вопросы, прогнозировать ход событий, мыслить критически, читать между строк и верить в нечто, что еще будет.

В сетях Интернета вещей

Отдельной и еще не осмысленной проблемой становится взаимодействие человека с таким устройством, которое порой затруднительно выделить и идентифицировать среди прочих цифровых устройств, которые представляют собой пусть и сложные, но доступные для повседневного использования и удобного применения технические объекты. Все их многообразие есть ответвления гигантской технологической системы, подобной ризоме. Эти древовидные технические системы представляют собой Интернет вещей (ИВ). Используя технологии ИВ, присваивая объектам ярлыки,

датчики и подключая их к Интернету, человек получает возможность следить за ними и собирать новые типы данных. ИИ соединяет человека с собой и тем самым задает особые правила взаимодействия человека, оснащенного ИИ, с любыми устройствами ИИ. Так возникает особое – двух профильное – социальное пространство интеракций людей и машин. Человек, объединенный с устройством ИИ, взаимодействует с машиной с ИИ (конфигурация профиля 2). Тем самым человек в союзе с ИИ образуют гибридный субъект, но при этом сохраняется конфигурация более простого профиля 1 – взаимодействия человека с ИИ. При этом подключаемые устройства взаимодействуют друг с другом автономно, действуя подобно субъектам. Поведение человека определяется и ориентируется на особый субъект – ИВ. Одновременно сохраняется ориентация на индивидуальные единичные устройства, которые эмпирически доступны и с ними человек оперирует непосредственно: смартфоны, предметы, на которые распространяются команды человека – устройства с датчиками распознавания команд для приведения в действие этих устройств. Именно через эти датчики-объекты человек взаимодействует со сложной системой ИВ, которая от него скрыта.

Устройства меняют природу социального взаимодействия, и некоторые формы, и содержание социального действия, совершаемые самим человеком. Иногда в худшую сторону, свидетельством чего стал, например, феномен “одиночества вместе”, описанный Шерри Теркл (Sherry Turkle) социологом из Массачусетского технологического института, когда отношения с людьми заменяются отношениями с техническими средствами [8]. Сокращается продолжительность концентрации внимания, возникает культура поведения, требующая моментального результата. Родилось поколение с плохой концентрацией внимания. Как следствие снижается способность к критическому мышлению, а практика одновременного переключения на множество задач мешает получать глубокое понимание информации. Взаимодействуя с ИИ, человек погружается в особое, расширенное пространство реальности, и сам неизбежно по-иному видит себя и себя в этой новой для него картине. Он воспринимает себя как иного, расширенного, тоже-человека, но усиленного миром вещей-механизмов, машин с ИИ, усиленного возможностью воздействовать на ранее недоступные механизмы в самом себе, и в окружающем мире. При этом такая картина остается поверхностной, иногда мистической, поскольку не представлена как специализированное, научное знание о свойствах объектов. Эти свойства даны пользователю ИВ лишь с внешней стороны, как вариант “черного ящика”. Он манипулирует человеком, создавая при этом иллюзию всемогущества пользователя, его необыкновенных возможностей, которые доступны, позволяют удовлетворять разнообразные потребности и прихоти, делая этот процесс простым времяпрепровождением и создавая иллюзию “хозяина мира вещей”.

При взаимодействии человека с ИВ подключенный к сети автомобиль передает данные о местоположении, ликвидируя тем самым анонимность места индивида. Электронные платежи навязывают снятие анонимности экономических действий. Датчик на теле больного помимо блага становится ликвидацией права на анонимность врачебной тайны. Установка информационных маячков в мобильных устройствах ликвидирует тайну личной жизни и без них становится вообще невозможно мобильно коммуницировать. В целом многообразные устройства навязывают режим ликвидации суверенитета личности, причем, этом режим навязывают техносубъекты и хозяева этих технологий. Происходит техногенная мутация человека как субъекта. Этот процесс усиливается, поскольку устройства вообще меняют базовые потребности человека: к базовым физическим потребностям добавляются потребности использования мобильных устройств, смартфонов, wi-fi, а также всех умных цифровых помощников. Интернет и социальные сети через мобильные устройства заставляют людей реагировать даже физически. Люди попадают в своеобразную ловушку удовольствий, поскольку постоянно подвергаются эмоциональным и интеллектуальным манипуляциям. Это не могло не породить такое поведение, получающее все большее распространение, как “цифровая детоксикация” – стремление избавиться от зависимостей быть постоянно подключенным. Практики такой детоксикации стали ответной реакцией на вмешательство устройств в различные стороны человеческой жизни и базовые аспекты поведения.

Цифровые помощники

Устройства знают все больше о людях и контролируют их желания. Они самостоятельно контактируют с миллионами таких же электронных цифровых помощников, присоединяя мозг людей к глобальному облачному мозгу и заставляя человека быть одновременно во многих местах, провоцируя “диджифрению”. Постепенно воздействие электронных помощников ведет к массовой деградации и эмоциональному отдалению людей друг от друга, и одновременно разрывая пространство частных мыслей. Происходит нивелирование индивидуальных различий, прежде всего черт характера. Дело в том, что алгоритмы устройств интерпретируют индивидуальные черты

пользователей как отклонения от образца, а значит, как недостаток, который необходимо устранить или исправить. В итоге происходит подавление (и выдавливание) человеческих качеств и замена их на механические как наиболее эффективные с перспективой превращения человека в разновидность машины. Уже в настоящее время люди существуют не только в человеческом качестве. Однако люди добровольно согласились, чтобы за ними следили, тем самым отказываясь от личного пространства как одной из важнейших характеристик индивида как личности. Но в этом случае воспроизводить свою уникальность становится все труднее. А устройство через опции-сигналы все требует: “сохранить”, “поделиться” и проч. При этом в сети постоянно происходит управление и манипулирование профилем каждого пользователя, о котором он не догадывается. Профиль конструируется в автоматическом режиме с помощью постоянно поступающей информации о предпочтениях индивида, но вывод об акцентуации индивидуальных портрета делается на основе статистического, а не качественного анализа, что делает его не просто искаженным, а искусственным, приближенным к абстрактным моделям, содержащимся в алгоритмах. В результате отменяется личная идентичность, индивид превращается либо в конструктор, либо в представителя некоторой массы, толпы. Одним из следствий взаимодействия с устройствами стало такое явление как “ампутация” - исчезновение навыков делать многие вещи самостоятельно, без электронных помощников. Наряду с этим “диджифрения” ведет к расщеплению личности и также утрате идентичности. Вопрос: “кто я?” предполагает ответ: “меня много разных и везде”. Как этому Я взаимодействовать с конкретным Другим здесь и сейчас, если он одновременно в разных местах, одновременно взаимодействует с разными Другими, и одновременно исполняет разные, в том числе, и взаимоисключающие роли? По сути, хотя в значительной мере и в латентной форме, взаимодействие человека с человеком замещается взаимодействием человека с машиной (а не только и не столько с человеком опосредованно машиной).

Автоматизированные ассистенты заменяют человека во взаимодействии с другими людьми (замещение человека как “значимого другого”), и каждого из людей взаимодействиями с устройствами (замещение человека как “Другого”). Так рождается альтернативная социальная интеракция, где одним из участников клетки социального взаимодействия становится особый субъект – техносубъект (устройство с ИИ), и возникает альтернативный социум – гибридный социум, и альтернативная “искусственная социальность” [9]. Электронные помощники начинают принимать решения за людей (поскольку они включены людьми в интеракции как ассистенты), перерабатывают информацию независимо от людей, принимают решения на основе своего выбора, фильтруют для человека новости, создавая картину реальности. Технологии становятся второй природой человека с тенденцией превратиться в его первую природу. И действительно, наблюдаются трансформации подобные патологиям, например, “цифровое ожирение” – психическое и техническое состояние, при котором данные, информация и СМИ в цифровом единении распространены так, что негативно сказываются на здоровье, самочувствии, настроении и жизни в целом [10], превращая людей в поколение новых рабов. Но, как писал Насим Н.Талеб, “отличие технологии от рабства: рабы отлично понимают, что они не свободны” [11].

Взаимодействие людей с роботами, как антропоморфными ботами (андроидами или аниматами) означает их вхождение в пространство межчеловеческих взаимодействий, что создает ряд проблем. Наблюдается неприятие сходства с людьми – эффект, получивший название “зловещая долина”, когда излишне реалистичные компьютерные анимации и роботы вызывают отторжение у людей – в отличие от не слишком реалистичных (нарисованных). Но преобладает и доминирует неосознаваемая тяга к антропоморфизму человекоподобных роботов и вообще устройств с ИИ. Это происходит потому, что перед человеком машина, наделенная очевидными внешними человеческими признаками – от способности общаться с помощью речи и человекоподобного облика, вплоть до формального проявления некоторых эмоций. И человеку ничего не остается как при взаимодействии отождествлять этого Другого с себе подобным, хотя и иным Другим [12]. Поэтому люди приписывают роботам человеческие свойства: разумность, способность к обучению, память и индивидуальность. Им нужно реализовать механизм социального действия - ориентации на Другого, соотнести с предполагаемым действием Другого, предварительно расшифровать его намерения как бы человекоподобного контрсубъекта. Люди вынуждено ставят робота на место себя, а его – на свое место. При этом они забывают, что приписывают эти качества деталям машины. Более того, в экспериментах общения с роботами было установлено, что людям нравится взаимодействовать с ними и это взаимодействие ощущалось как общение с человеком. Например, при использовании роботов в боевых действиях солдаты ощущали эмоциональную привязанность к боевым роботам, давали им имена и даже повышали по службе, ощущая привязанность как к товарищам по оружию. В ходе исследования,

проводимого в 2011 году сотрудниками Института робототехники Университета Карнеги-Меллона, изучалось применение робота *Snackbot* для доставки еды в пределах офиса [13]. При этом фиксировались реакции людей на действия и присутствие робота. Участники заказывали еду через веб-интерфейс. Колесный робот высотой 1,52 метра был оснащен экраном для выражения эмоций и синтезатором, воспроизводящим готовые фразы для приветствия, поддержания разговора, обсуждения заказа и вежливого прощания. Ожидалось, что реакция людей на робота будет минимальной, но эволюция их реагирования была удивительной. Типичным проявлением стал антропоморфизм: люди сочувствовали роботу, когда он ломался или разговаривал с закрытой дверью. Робот понравился нескольким сотрудникам, и в течение двух недель “его” стали принимать как участника рабочей среды. Появились и нормы общения с *Snackbot*. Взаимодействие в “машинном” стиле сменилось привычной для людей вежливостью. Так, один из сотрудников сказал: “не перебивайте робота, не ставьте его в неловкое положение”. Участники могли испытывать зависть, если робот делал комплимент их коллеге за отличную работу или за выбор полезной для здоровья еды. Иногда, исходя из его речи или схемы передвижения, складывалось впечатление, что робот равнодушен к некоторым из сотрудников. Исследователи наблюдали цепную реакцию, заметно превосходящую ожидаемую реакцию людей на робота. Люди выступали в защиту робота, подражали ему, демонстрировали вежливость, социальное предпочтение и даже чувство ревности. Присутствие *Snackbot* изменило способ взаимодействия людей друг с другом и непредвиденным образом.

Какова же степень субъектности различных ботов – интеллектуальных цифровых помощников (IDA – Intellectual digital assistants) и роботов-андроидов? Они не могут по-настоящему понимать ценности и этику людей, потому что не могут быть такими же как люди и остаются лишь приближениями, моделями и упрощениями. Им не присущи такие антропоморфические характеристики как доверие, сострадание, эмоции и интуиция. При этом для устройств с ИИ можно написать программы всех этих характеристик так, что они внешне будут выглядеть, как и у человека. Но их носителем будут не биологические процессы, а электронные. Более того, чтобы интеракции ИИ с человеком стали похожи на социальные взаимодействия, ему (а вначале самому человеку для ИИ) предстоит выработать свою систему человекоподобных эмоций, чтобы иметь возможность взаимодействовать с человеком с помощью знаков, символов и внешних форм проявления эмоций, которые бы идентифицировались человеком с определенными значениями и позволяли ему хотя бы формально расшифровывать намерения ИИ как Другого и ориентироваться на последствия реализации этих намерений. Тем самым ИИ может сравняться с человеком по большинству его характеристик и приблизиться к исполнению роли Другого. Однако человеку необходимо сохранить собственно базовые человеческие характеристики как “статус-кво”, обеспечивающие социальный и антропный характер взаимодействий. Г.Леонгард предлагает с этой целью закрепить пять прав человека в цифровую эпоху: 1) право оставаться естественным, т.е. биологическим; 2) право быть низкоэффективным, с физиологическими ограничениями; 3) право не быть постоянно на связи; 4) право быть анонимным; 5) право нанимать и привлекать людей вместо машин [14].

Для продолжения дискуссии

Взаимодействуя с персональными цифровыми помощниками, человек ожидает, что взаимодействия с ботами будут разумными. Появление в системе социальных интеракций интеллектуальных помощников стало началом сближения таких сообществ, как разработчики систем человеко-машинного взаимодействия и исследователи ИИ, в том числе и социологи. Намечается тенденция движения к созданию интерактивных систем, которые будут функционировать как интеллектуальные “коллеги”, становясь компьютерными аватарами, а не оставаясь только инструментами с компьютерами. Вероятно, с учетом склонности человека к очеловечиванию машин, люди начнут стремиться вступать с ними в социальные отношения по мере повышения эффективности их ИИ.

Но нужно быть готовым к тому, что одновременно с расширением возможностей человека с помощью ИИ будет происходить и вытеснение людей. Более того, этот процесс будет принимать все более конфликтный характер, о чем предупреждал еще Норберт Винер: “...машина, способная к обучению и принятию решений на базе этого обучения, никоим образом не окажется обязанной принимать те решения, какие приняли бы мы сами или какие были бы приемлемыми для нас” [15].

Устройство воздействует на человека не только как машина, но как антропоморфный объект. И его форма не пассивна, а активна и проявляется, и вообще существует только в ответном воздействии машины на своего создателя в моменты оперирования человека с машиной, заставляя человека меняться и как субъекта – одной из сторон социального взаимодействия. Поэтому происходит

расширение области взаимодействий двух разнородных субъектов, но таких, которые были разнородны до начала использования машины. И в этом взаимодействии они образуют “ассамбляж” [16] новой природы – гибридное социальное взаимодействие. Судьбой этих ассамбляжей и должна озаботиться современная социология, из поля зрения которой – парадокс! – до сих пор выпадает совершенно новый элемент социума, новый “игрок” на поле человеческого сообщества – “техносубъект”. Можно его игнорировать и впредь, но тогда кто подготовит массовое сознание к угрозам реализации проекта трансгуманистов? Как заметил Сэмюэл Грингард, “будущее уже здесь” [8]. И это не риторический вопрос, а вопрос о профессиональной ответственности социологов...

Выводы

Проведенное исследование позволило обнаружить некоторые факты, свидетельствующие о правомочности сформулированной гипотезы, хотя для полноты подтверждения истинности ее положений необходимо продолжение исследований, прежде всего эмпирического и более масштабного и лонгитюдного характера. Но даже проведенный анализ практик интеракций человека с интеллектуальными устройствами позволил установить, что интеллектуальные машины реализуют в своей активности ряд схем действий, схожих с социальными: распознавание объекта взаимодействия, ориентация-на-Другого, прогнозирование ответных действий, отнесение своего поведения к набору нормативных образцов, заложенных в алгоритме. К специфике действия интеллектуальных устройств можно отнести, прежде всего, отсутствие у них индивидуального Я-образа, и рефлексии исполняемой роли; ограниченность возможности свободного выбора сценария ввиду отсутствия у алгоритмов собственного накопленного “жизненного опыта” и пройденных этапов социализации. Кроме того, в алгоритмы не закладывается (как правило) программа “отнесения к ценности” определенной субкультуры и универсальным ценностным образцам вообще. Удалось подтвердить, что взаимодействие интеллектуальных устройств с человеком приобрело характер специфической разновидности социального взаимодействия. Однако при этом меняется природа обеих сторон, происходит обоюдная мутация, в процессе которой появились субъекты-гибриды с антропогенными (у устройств с ИИ) и техногенными (у людей) характеристиками. Получены подтверждения об активном формировании в этом процессе гибридного социума.

Литература

1. Вебер М. Избранные произведения. М.: Прогресс, 1990. 808 с. С. 602-603.
2. Парсонс Т. О структуре социального действия. М.: Академический проект, 2000. 880 с. С.273.
3. Мид Дж. Сознание, самость и общество. М.: Директ-Медиа, 2007. – 34 с.
4. Habermas J. Theorie des kommunikativen Handelns. Frankfurt am Main, 1981. Bd. 1. S. 128.
5. Бескаравайный С. Бытие техники и сингулярность. М.: РИПОЛ классик. 2018. 304 с. С. 125.
6. Леонгард Г. Технологии против человека / пер. с англ. А.О.Юркова, М.Ю.Килина, Т.Ю.Глазкова; предисл. М.Федорова. М.: Издательство АСТ, 2018. 320 с. С. 62.
7. Там же. С. 64.
8. Грингард С. Интернет вещей: Будущее уже здесь / пер. с англ. М.Трощенко. М.: Издательская группа “Точка”, 224 с. С. 155.
9. Rezaev A.V., Tregubova N.D. Are Sociologists ready for ‘artificial sociality’? Current issues and future prospects studying artificial intelligence in social sciences. Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes. 2018. No. 5. P. 91-108. <http://doi.org/10.14515/monitoring.2018.5.10>
10. Леонгард Г. Там же. С. 179.
11. Taleb, N. Quote by Nassim Nicholas Taleb: “The difference between technology and slavery”. 2016. Retrieved 11 July, 2016, from <https://www.goodreads.com/quotes/610828-the-difference-between-technology-and-slavery-is-that-slaves-are>.
12. Маркофф Д. Homo Roboticus? Люди и машины в поисках взаимопонимания / пер. с англ. В.Ионов, С. Махарадзе. Редактор В.Ионов. М.: Альпина нон-фикшн, 2016. 406 с. С. 371.
13. Джордан Д. Роботы / пер. с англ. П.Шера и Ю.Левчука. М.: Издательская группа “Точка”, Альпина Паблишер, 2017. 272 с. С. 220-221.
14. Леонгард Г. Там же. С. 243-246.
15. Винер Н. Кибернетика и общество: [сборник]; [пер. с англ. В.Желнинова]. М.: Издательство АСТ, 2019. 288 с. С. 190.
16. Деланда М. Новая философия общества: Теория ассамбляжей и социальная сложность / пер. с англ. К.С.Майоровой. Пермь: Гиле Пресс, 2018. 170 с.

Коммуникации в дизайнерской практике: поиск новых форматов
Communication in design practice: search for new formats

Санкт-Петербургский государственный университет
Saint-Petersburg State University

В современной культуре, перегруженной фрагментированной и узкоспециализированной информацией, дизайн становится эффективным инструментом коммуникации, создавая возможности не только для лучшего понимания, но и для разработки совместных инновационных решений. Разрабатывая форматы коммуникации, дизайн способствует созданию коммуникативных ситуаций, в которых участники не просто обмениваются информацией, а встраиваются в смысловые ансамбли друг друга и генерируют новые совместные смыслы. Коммуникативный формат способствует преодолению узкопрофессиональных подходов и открывает новое видение обсуждаемых вопросов.

Ключевые слова: дизайн, коммуникация, метод, формат коммуникации, коммуникативный сценарий.

In a society overloaded with fragmented and highly specialized information, design becomes a tool of creative communication: it does not merely contribute to better understanding of the actors, it is capable of developing joint innovative solutions. With its ability to create specific communicative formats, design makes it possible for the actors not just to exchange information but to become parts of joint semantic ensembles and generate new ideas. A communicative format generates specific semantic space which doesn't just overcome subjective and professionally biased approaches to the complex problems, but finds a way to the new vision of the issues.

Keywords: design, communication, method, communicative format, communicative scenario.

Понимание дизайна как коммуникативной практики менялось по мере его перемещения из сферы промышленного производства в информационные среды, созданные за последнее столетие. Новые условия повлекли переосмысление цели дизайнерской практики: если в индустриальную эпоху это был производимый продукт, отвечавший требованиям функциональности и эстетичности, то сегодня целью дизайна становится впечатление, или коммуникативное событие. Продукт оказался посредником, средством донесения послания, созданного дизайнером для другого. Адресат послания все меньше воспринимается «потребителем» или «пользователем», поскольку дизайн-продукт создается не для «потребления», а для развития другого, для обретения им нового интеллектуального и эмоционального опыта.

Концепция дизайн-продукта имеет определенную структуру: концепт облекается в эмоциональную чувственную оболочку – образ и затем оснащается дополнительными кодами, создавая для другого репертуар интерпретаций [1]. Коммуникативный потенциал присутствует в концепции с первого этапа: приступая к определению концепта, дизайнер уже пытается увидеть свой продукт глазами другого, предвосхитить его ожидания и реакции. Однако, чтобы реализовать этот потенциал, необходимо продумать коммуникативный формат своего продукта, который позволяет не только увеличивать репертуар интерпретаций, но и задавать импульс к импровизации. Проблема заключается в конкретизации требований к коммуникативному формату и определению метода его разработки.

Основные характеристики коммуникативного формата задает понимание коммуникации, представленное в неопрагматистской парадигме социального действия [2]. Коммуникация в ней представлена как активность индивидов, позволяющая создавать общую реальность в процессе взаимодействия и управлять ею посредством определенных практик. В отличие от психологического подхода, объясняющего социальную активность индивидуальными устремлениями субъектов, неопрагматистский подход фокусирует внимание на производстве смыслов в динамичном процессе взаимодействия [3]. Отсюда особое внимание к ситуации, контексту взаимодействия, при этом субъект рассматривается не как автономная единица, а как часть этой ситуации. Ситуация понимается не как совокупность сопутствующих обстоятельств, а как динамичная среда. Субъективные мотивы действия в этой среде могут изменяться, планы действия не только уточняться, но и трансформироваться. Другими словами, коммуникативная ситуация отличается нестабильностью, текучестью, подвижностью.

В рамках неопрагматистского понимания коммуникации, дизайн предстает не способом реализации некоторого предварительно составленного плана или донесения заранее сформулированной идеи, а практикой, создающей ситуацию совместного смыслотворчества. Концепция дизайн-продукта оказывается не константой, а переменной величиной: задавая общее направление действиям, она сама подвержена модуляциям и корректировке. В полной мере это относится к коммуникативному формату, который является модусом концепции.

Для разработки коммуникативного формата дизайнер должен оперировать нелинейной логикой практики, которая в определенной степени независима от желаний и устремлений действующего субъекта. Эта логика парадоксальна, поскольку требует «в некотором роде отречения от всего, что обычно связывается с рефлексией, логикой и теорией» [4]. Решая оперативные, постоянно меняющиеся задачи логика практик прерывиста и представляет собой не столько последовательные умозаключения, сколько выдвижение гипотез, «угадывание» необходимых решений [5].

Коммуникативный формат разрабатывается, опираясь на такие характеристики логики практик как нелинейность, ситуативность и перформативность. Откликаясь на мысль Ги Дебора о том, что любое творчество есть создание новых условий для случая [6], можно определить коммуникативный формат дизайн-продукта как способ конструирования ситуаций, в которых случай происходит в нужное время и в нужном месте.

Методологические принципы ситуационизма и нелинейности определили требования к коммуникативному формату дизайн-продукта, который: а) должен быть открытой нелинейной системой; б) давать направление взаимодействию, не ограничивая возможностей его развития; в) создавать пространство вариантов, быть «садом расходящихся тропок» (Х.Л. Борхес); д) генерировать коммуникативные ситуации, которые открывали бы новые смысловые горизонты.

В своей теории дрейфа Ги Дебор связывает непредсказуемые открытия с чувствительностью к импульсам территории, обладающей своим рельефом с постоянными течениями. Эта идея пространственного чувства и пространственного мышления определяет разработанный автором метод «коммуникативной навигации» для конструирования коммуникативного формата дизайн-продукта [7].

Следуя методу «коммуникативной навигации», дизайнер создает отчасти управляемую, отчасти спонтанно развивающуюся ситуацию, которая дает стимул не столько для интерпретаций дизайн-продукта, сколько для импровизаций, в которых другой обнаруживает себя соавтором переживаемого смысла. Коммуникативный формат должен очерчивать ментальное пространство – ландшафт со своим рельефом, деформациями и кривизной, в котором смыслы возникают не в результате логических построений, а в процессе схватывания ситуации в целом. В этом пространстве дизайнер становится сталкером и спутником для другого в совместном путешествии, скорее, экспедиции, которая потребует от них не только постоянной корректировки намерений, но и быстрых реакций, интуиции, импровизации.

Метод «коммуникативной навигации» включает в себя следующие действия: 1) создание идеографической карты, которая позволяет представить коммуникативный формат как символическое пространство – ментальный ландшафт; 2) размещение в ментальном ландшафте кодов – опорных смысловых точек; 3) составление коммуникативного сценария, который представляет собой инструкцию-навигацию к карте.

Разработка коммуникативного формата стала заданием для студентов магистратуры кафедры дизайна Санкт-Петербургского государственного университета. Студенты магистратуры И. Банников, А. Муканова и Е. Ковалева подготовили совместный проект «Ловец», взяв за основу текст романа М. Павича «Хазарский словарь» [8]. Студенты разработали идеографическую карту с кодами, задающими смысловую энергию, и составлен коммуникативный сценарий. Проект был реализован в жанрах мастер-класса и компьютерной игры.

Мастер-класс представлял собой не традиционное обучение слушателей мастером, а организованные ведущим совместные действия, результат которых был отчасти непредсказуем для самого ведущего. Разумеется, у ведущего был замысел, четко поставленная задача, но способ ее исследования предполагал возможность различных решений. В этом смысле мастер-класс представлял собой совместное путешествие-исследование.

Задачей мастер-класса «Ловец» стало исследование возможностей интерпретации текста с помощью спонтанной графики. Вопрос заключался в том, каким образом свободная интерпретация трансформируется в изображение, находит выражение в графической композиции. Мастер-класс был ориентирован прежде всего на дизайнеров, но его участниками стали также люди, не владеющие профессионально графическим инструментом.

Слушателям предлагалось интерпретировать фрагменты из романа М. Павича «Хазарский словарь», отобранные ведущим и исключенные из контекста. Для создания

необходимой атмосферы в помещении был смоделирован приглушенный свет и записаны саундтреки для каждого фрагмента. Участники сами выбирали, слушать ли им данные треки до конца, только часть или же работать в тишине.

Помочь участникам сконструировать свой контекст должны были предложенные вопросы: где происходит событие; какое настроение у присутствующих или предметов; какой их возраст и состояние; какие отношения между ними; какие предпосылки и последствия этой сцены можно предположить; где это находится, гео-положение, отношения в пространстве; какие физические законы действуют в этом мире; какое это время, отрезок времени, оно линейное или нелинейное; какие параллельные процессы и события могут протекать и взаимодействовать вместе с данной сценой; какая погода; какой запах присутствует в сцене; настроение (покой, тревога, радость, гнев и т. д.); какие звуки; какое развитие может получить эта сцена.

Ответив на эти вопросы, каждый участник должен был визуализировать свою интерпретацию в графической композиции – постере. Этот коллективный опыт спонтанной импровизации и перевода на свой графический язык сложился в общую историю, которая стала основой сценария компьютерной игры. Цель игры – уже не графическая интерпретация идей и образов «Хазарского словаря», а импровизации игроков по поводу заключенных в романе ключевых кодов. Концепция была воплощена в таких медиумах, как анимация, видео, виртуальная реальность. Игрок должен был проходить этапы посредством выбора знаковых предметов и их комбинаций. Изначально существует несколько героев, чьи сюжетные линии можно «прожить» в виртуальной реальности и выбирать ответвления сюжетной линии посредством различной комбинации предметов и взаимодействия с окружающей средой.

Компьютерная игра должна была проходить в галерее современного искусства, чтобы включить виртуальное пространство в реальный интерьер. Участники, ориентируясь на тексты, могли соединять предметы с помощью нитей, создавать новые связи в соответствии со своим восприятием. Каждый человек прорабатывал свой индивидуальный путь. Впоследствии была прорисована карта маршрута и соединений предметов каждого человека. Их можно было рассматривать как индивидуально, так и все вместе, что складывалось в извилистую карту со всевозможными перемещениями. Таким образом, в проекте «Ловец» был разработан и реализован коммуникативный формат исследования-эксперимента, отвечавший всем необходимым требованиям.

Метод «коммуникативной навигации» был успешно использован студентами магистратуры для разработки концепций магистерских проектов, связанных с репрезентацией научных данных в виртуальных средах (платформы онлайн-образования, дистанционные курсы, экспериментальные классы с дополненной и виртуальной реальностью). Кроме того, на межфакультетских и межвузовских магистерских семинарах была подтверждена эффективность данного метода для разработки совместных проектов, поскольку сконструированный коммуникативный формат позволял участникам преодолевать субъективные и узкопрофессиональные подходы и развивать ассоциативное, нелинейное мышление.

Литература:

1. Лола Г.Н. Дизайн-код: методология семиотического дискурсивного моделирования. СПб., 2019.
2. Бергер П., Лукман Т., Социальное конструирование реальности 1995; Герген К. Дж. Социальный конструкционизм: знание и практика. Мн., 2003; Йоас Х. Креативность действия. СПб., 2005 и др.
3. Казаринова Н.В. Межличностная коммуникация: социально-конструкционистский анализ. СПб., 2006.
4. Бурдые П. Практический смысл. СПб., 2001. С. 178.
5. Там же.
6. Ги Дебор. Психогеография. СПб., 2017.
7. Лола Г.Н. Креативная коммуникация. Онлайн курс/ Coursera. 2018: <https://www.coursera.org/learn/kreativnaya-kommunikatsiya>
8. Банников И., Муканова А., Ковалева Е. Проект «Ловец»: <https://vimeo.com/320450064>

УДК 001.892

ББК 60.0

И.Э. Сулейменов¹, А.Р. Масалимова², З.С. Тасбулатова¹, Г.А. Мун²

I. Suleimenov, A. Masalimova, Z. Tasbulatova, G. Mun
z.tasbulatova@gmail.com, esenych@yandex.kz, Aliya.Masalimova@kaznu.kz

Неудовлетворенность образованием и рост протестных настроений молодежи в эпоху информационного общества: степень ответственности университета
Dissatisfaction with education and the growth of protest moods of young people in the era of information society: the degree of responsibility of the University

¹Алматинский университет энергетики и связи

²Казахский национальный университет им. аль-Фараби

В статье раскрывается взаимосвязь между качеством подготовки специалистов в области информационно-коммуникационных технологий и уровнем развития научно-исследовательской деятельности, с одной стороны, и социальной ответственностью университета в современную эпоху – с другой. Авторы считают, что недостаточное внимание к проблеме самореализации молодежи является одним из основных факторов, приводящих к росту протестных настроений в постсоветском обществе. На сегодняшний день существует выраженная неудовлетворенность магистрантов качеством образовательных программ в области информационно-коммуникационных технологий, являющихся ключевыми в условиях четвертой технологической революции. Одним из значимых негативных факторов является низкая экономическая эффективность научно-исследовательской деятельности. В результате имеет место уход талантливой молодежи в деструктивное предпринимательство. Данная социальная группа становится одним из наиболее удобных объектов для манипуляций, нацеленных на дестабилизацию социально-политической обстановки.

Ключевые слова: информационное общество, информационно-коммуникационные технологии, научные исследования, экономическая эффективность, университеты, протестные настроения, молодежь.

The article reveals the relationship between the quality of training of specialists in the field of information and communication technologies and the level of development of research activities, on the one hand, and the social responsibility of the university in the modern era, on the other. The authors believe that insufficient attention to the problem of youth self-realization is one of the main factors leading to an increase in protest moods in post-Soviet society. Today, there is a expressed dissatisfaction of undergraduates with the quality of educational programs in the field of information and communication technologies, which are key in the conditions of the fourth technological revolution. One of the significant negative factors is the low economic efficiency of research activities. As a result, talented youth are leaving for destructive entrepreneurship. This social group is becoming one of the most convenient objects for manipulations aimed at destabilizing the socio-political situation.

Key words: information society, information and communication technologies, scientific research, economic efficiency, universities, protest moods, youth.

В эпоху информационного общества запрос на инновации, о котором в настоящее время говорят, в том числе и политические элиты постсоветских государств, носит не только экономический, но и социально-психологический характер. В постсоветских государствах (как, впрочем, и во многих других) имеется значительное число людей, ориентированных на инновационную и/или предпринимательскую деятельность в силу склада характера. Подчеркиваем, что психотип лиц, ориентированных на свершения в науке, и лиц, готовых принять деятельное участие в преобразовании общества, во многом совпадает [1-3]. Об этом свидетельствует, в том числе, и история науки: как отмечается в [4], базовой мотивацией для деятелей науки прошлого, раскрывших законы движения небесных тел и небесной механики (де Браге, Кеплер, Ньютон) было стремление раскрыть план Творца, лежащий в основе устройства универсума. Такая мотивация во многом аналогична той, что вела вперед первопроходцев и конкистадоров; только в одном случае речь идет о походах в неизведанные земли, а в другом – о проникновении в тайны Вселенной. По Л.Н. Гумилеву, и та, и другая категория деятелей прошлого однозначно относится к пассионариям [2], готовым рисковать жизнью ради целей, которые многим представляются иллюзорными.

Пассионарность каждого конкретного общества в целом изменчива, но определенный процент пассионарных личностей в нем имеется всегда. Более того, есть основания полагать [2,3], что он слабо изменяется во времени; один исторический период отличается от другого тем, насколько эффективно пассионарии способны проявить свои качества.

Иначе говоря, существуют условия, когда пассионарная энергия находит выход в конструктивном плане, равно как и условия, при которых лица, обладающие соответствующими склонностями, уходят в деструктивное предпринимательство (по терминологии У. Баумоля [5]). Разновидностью деструктивного предпринимательства, очевидно, является участие в протестных движениях различного рода, их организация, а также создание идеологических платформ для такого рода движений.

Начиная с 2014 г., психологи и политологи уверенно диагностируют рост неудовлетворенности и протестных настроений в таких странах как Армения, Белоруссия, Киргизия, Россия, Таджикистан, включая и Казахстан. Массовая культура экстернизирует нервную систему современного человека, тем самым открывая новые возможности эксплуатации и контроля над его сознанием, когда потребитель опредмечен и рассматривается в качестве объекта разнообразных форм манипулирования [6, с. 205].

Авторы [7-9] связывают рост настроений такого рода с экономическими причинами (падение уровня жизни в связи с общей геополитической напряженностью, перешедшей в манифестированную форму в связи с резким всплеском конфликтности на территории Украины и некоторых других стран). В работах [10,11] отмечается, что как в казахстанском, так и в российском обществе сохраняется запрос (в значительной степени неудовлетворенный) на социальную справедливость, проявляющийся на фоне выраженного имущественного неравенства. Как отмечает казахстанский политолог

Г.О. Насимова, согласно опросам в группу основных причин протестных настроений и социальных конфликтов входят рост цен, безработица, инфляция, повышение тарифов, нарушение прав человека и коррупция [12].

Данные факторы нельзя исключать из рассмотрения, однако, наряду с ними существует и еще одна причина, которая приводит к росту протестных настроений в государствах постсоветского пространства, а также к формированию социальных страт, которые представляют собой удобный объект для манипуляций, нацеленных на дестабилизацию социально-экономической обстановки средствами информационной войны [10,13]. Эта причина непосредственно связана с кризисными явлениями в сфере высшего образования.

Социально-политическое значение концепции «треугольника знаний» [14,15] состоит, в том числе, в том, чтобы направить пассионарную энергию молодежи в конструктивное русло, обеспечив ей адекватное профессиональное самоопределение [16] и профессиональный рост [17]. Действительно, данная концепция предполагает триединство собственно обучения в высшей школе, занятий наукой и инновационной деятельности, причем последнюю можно рассматривать, в том числе, как вполне определенный канал для отвода пассионарной энергии молодёжи в конструктивное (в противоположность деструктивному) предпринимательство.

Учитывая, что в современных условиях высшее образование приобрело массовый характер (по данным официальной статистики, охват высшим образованием в РК превышает 50% соответствующей возрастной группы), именно высшая школа может рассматриваться как базовый инструмент противодействия наиболее эффективным методам ведения информационной войны. Действительно, данные методы так или иначе ориентируются на лиц с выраженной пассионарностью [13], которые и подвергаются массивной психологической обработке, в полной мере учитывающей их склад характера.

Данная роль высшей школы, к сожалению, далеко не в полной мере осознается научно-педагогическим сообществом, консерватизм которого зачастую препятствует творческой и инновационной активности пассионариев из числа студенческой молодежи. Есть все основания считать, что именно этот фактор является одним из основных для формирования протестных настроений в той части молодежи, которая в наибольшей степени склонна к активным действиям любого типа. По-видимому, именно этот фактор объясняет «казус Варвары Карауловой» [18] и ему подобные. (Следует принимать во внимание, что такого рода события являются не более чем вершиной айсберга; неудовлетворенность пассионариев, связанная с отсутствием поля для активной деятельности часто остается скрытой от прямого наблюдения.)

Сегодня налицо проявления жесткой экономической конкуренции и обострения конфликтов/борьбы «за место под солнцем» в системе социальных отношений.

Не менее значимым фактором становится широкое распространение в различных слоях общества информационно-психологических воздействий манипулятивного характера. В этом контексте исследование информационно-коммуникативных практик, потенциала информационных технологий, направленных на манипуляцию

личностью, социальными группами и общественным сознанием в целом, становится наиболее перспективным направлением и актуальным как для социально-гуманитарного, так и для естественно-научного знания.

Имущественное неравенство само по себе, равно как и другие факторы экономического характера, которые, как правило, используются для объяснения роста протестных настроений [7-11], не могут служить существенным раздражающим фактором для человека, обладающего выраженной пассионарностью. Намного более существенным для него является отсутствие возможности для самореализации, наличие различного рода барьеров, препятствующих активной деятельности и т.д. С барьерами такого рода молодежь (особенно мыслящая и активная ее часть) сталкивается именно в стенах университетов, и именно эти барьеры и являются основным фактором, порождающим те протестные настроения, которые служат основой для использования наиболее эффективных приемов информационной войны. Наглядной иллюстрацией этому, подчеркиваем еще раз, является «казус Варвары Карауловой».

Перечень факторов, приводящих к деструктивной утилизации пассионарной энергии студенческой молодежи, включает в себя, в том числе, следующие позиции:

- общее падение качества высшего образования, обусловленное, в том числе, его массовым характером, сложившимся во второй половине XX века;
- бюрократизация и засилье бюрократической рутины в университетах;
- консерватизм значительной части научно-педагогического сообщества, инертность по отношению к любой модернизации;
- наличие большого количества рутинных научных направлений в тематиках выпускающих кафедр, не обеспечивающих эффективность проводимых исследований и их практическую применимость;
- отсутствие стратегии коммерциализации результатов научно-технической деятельности в университетах;
- недостаточный уровень использования информационно-цифровых технологий в образовательном процессе;
- низкая *экономическая эффективность* инновационной деятельности в постсоветских университетах.

Последний фактор в данном перечне с точки зрения проблемы использования пассионарной энергии, по-видимому, следует считать наиболее важным, причем в наиболее наглядной форме он проявляется применительно к университетам, осуществляющим подготовку по специальностям, связанным с информационно-коммуникационными технологиями. Действительно, как однозначно показывает мировая практика [14], драйвером инновационного развития являются университетские стартапы. Именно им принадлежит ведущая роль в генерации новых идей и их последующей коммерциализации [15]. В этом отношении инфокоммуникационные технологии занимают особое место: в этой области коммерчески привлекательный продукт может быть создан при минимальных первоначальных инвестициях. Более того, в качестве таких инвестиций могут

выступать усилия магистранта и/или докторанта, обучающегося по государственному гранту, что де-факто не требует финансовых вложений со стороны университета. Следовательно, в этой области имеются все предпосылки для самореализации пассивной молодежи, что также показывает текущая практика. Однако, успехи молодых предпринимателей часто достигаются не благодаря, а вопреки действиям профессорско-преподавательского состава профильных кафедр. Доказательством этому является малое число стартаповских компаний, которые создаются в стране при кафедрах информационно-коммуникационного профиля.

Иначе говоря, положение дел в области высшего образования, связанного с информационно-коммуникационными технологиями, наглядно демонстрирует, что вопросы финансового обеспечения стоят далеко не на первом месте, намного более важны системные недостатки образовательных программ, перечисленные выше.

В частности, организация учебного процесса на кафедрах инфокоммуникационного профиля, к сожалению, такова, что в его рамках мало проводятся НИОКРы, не создаются стартаповские компании, во всяком случае, это не происходит системно. Данный вопрос может показаться частным, но он высвечивает одну из важнейших проблем современных университетов – высшее образование перестало выполнять функцию социального лифта, и это отражается во всех сферах, в том числе, в низкой поддержке предпринимательской и инновационной активности молодежи. Именно отсутствие механизмов социальных лифтов [17] является одним из важнейших факторов, определяющих возможности применения методов ведения информационных войн, особенно, если говорить об активной части молодежи. К этому вопросу также весьма тесно примыкает вопрос об укреплении позиций среднего класса, что также является весьма важным для обеспечения стабильности общества [19].

Молодежным инициативам наряду с созданием различного рода стартап-компаний принадлежит важнейшая роль и в этом отношении именно они (что наиболее наглядно проявляется также по отношению к области информационно-коммуникационных технологий) способны формировать как новые высокодоходные рабочие места, так и служить платформой для создания продуктов с высокой добавленной стоимостью.

В целом можно утверждать, что степень удовлетворенности магистрантов учебными программами является, мягко говоря, не слишком высокой. Это еще раз говорит о том, что постсоветская высшая школа должна более активно внедрять инновационные подходы и более внимательно относиться к проблеме самореализации обучающихся. Пренебрежение такими вопросами чревато весьма серьезными последствиями: современные университеты несут свою долю социальной ответственности не только за высокое качество образования, но и за предотвращение роста протестных настроений и сохранения стабильности и безопасности в современном обществе.

Литература:

1. Антоненко И. В., Карицкий И. Н. Предприниматель как пассионарий, культурная традиция и технологический прорыв // ПСИХОЛОГ. – 2016. – С. 80 - 84
2. Савельева О. В., Маслова М. В. Пассионарность как мера активности человека и общества // Философия образования. – 2008. – №. 3. – С. 163-167.
3. Сулейменов И.Э., Габриелян О.А., Буряк В., Сафонова Н., Ирмухаметова Г.С., Кабдушев Ш.Б., Мун Г.А. Организация и планирование научных исследований // Алматы Изд-во КазНУ. - 2018. – С. 336.
4. Сулейменов И.Э., Габриелян О.А., Седлакова З.З., Мун Г.А. История и философия науки. и др. – Алматы: Изд-во КазНУ, – 2018. – с. 406
5. Баумоль У.Д. Предпринимательство: производительное, непроизводительное и деструктивное // Российский журнал менеджмента. – 2013. – Т. 11. – №. 2. – С. 61–84-61–84.
6. Досхожина Ж.М. Виртуальные аспекты межкультурной коммуникации в эпоху глобализации // Материалы Международной научно-практической конференции «Теоретические и практические вопросы науки XXI века». – Уфа, 2015. – С. 204-206
7. Габа О.И. Молодежь как субъект протестных настроений // Знание. Понимание. Умение. 2015. №1. – 144-150
8. Султанов Б. К. Угрозы дестабилизации в Центральной Азии // Россия и новые государства Евразии. – 2016. – №. 1. – С. 69-84.
9. Татубаев Т.М. Коррупция в Казахстане: масштабы материального и морального вреда // Социум и власть. 2017. №3 (65). – 94 -100
10. Манойло А. В. Противодействие распространению идеологии цветных революций в молодежной среде // Мировая политика. – 2015. – №. 1. – С. 180-191.
11. Юмашева Е. В., Бакытжанов Т. Т. Проблемы обеспечения экономической безопасности Республики Казахстан // Вопросы образования и науки: теоретический и методический аспекты. – 2015. – С. 159-163.
12. Насимова Г.О. Уровень социальной конфликтности в Казахстане: риски и потенциальные угрозы. Центральной Азии и Кавказ. Т.14, Выпуск 4, 2011г. С.105-114.
13. Сулейменов И.Э., Габриелян О.А., Пак И.Т., Бакиров А.С., Ирмухаметова Г.С., Мун Г.А. Информационные войны 21-го века: стремительная трансформация // Алматы-Симферополь: Изд-во «ТОО PrintExpress», 2017 г. -234с
14. Карпов А. Современный университет как драйвер экономического роста: модели и миссии // Вопросы экономики. – 2017. – №. 3. – С. 58-76.
15. Угнич Е.А., Изотов М.А., Волощенко И.И. Коммерциализация результатов интеллектуальной деятельности в университетах: концепция инновационной экосистемы // Интернет-журнал Науковедение. 2015. №4 (29). – 1 – 11
16. Гришина А.В., Косцова М.В. Соболева Н.В. Субъектно-деятельностный подход в изучении студентов с различным уровнем профессионального самоопределения. // Проблемы современного педагогического образования. Сер.: Педагогика и психология. – Сборник научных трудов: – Ялта: РИО ГПА, 2017. – Вып. 54. – Ч. 1. – С. 313-319.
17. Бурлуцкая М. Г. Высшее образование как лифт социальной мобильности: ожидания выпускников и реалии современного общества // Социология образования. – 2012. – №. 9. – С. 87-96.
18. Триодин В. Е. Социально-культурная деятельность в эпоху нового Великого Перелома // Вестник культуры и искусств. – 2015. – №. 3 (43). – 169-178
19. Шкаратан О. И. Социальная политика. Ориентир – новый средний класс // Общественные науки и современность. – 2006. – №. 4. – С. 39-53.

Секция 1. Информационное общество: философия, технология, политика **Information Society: philosophy, technology, politics**

УДК 316.77, ББК 60.0

М.Ю. Буралкин, С.В. Черненкокая
Mikhail Buralkin, Svetlana Chernenkaya
michbural14091975@gmail.com, schernenkaja@yandex.ru

Цифровая герменевтика **Digital hermeneutics**

Московский городской педагогический университет
Moscow City University

В статье рассматривается цифровая герменевтика как зарождающаяся область цифровой гуманитаристики, определяются ее предметное поле, специфика, соотношение с классической герменевтикой. По мнению авторов, подход Г.-Г. Гадамера к тексту как к языку позволяет выделить некоторые особенности электронного текста. Текст, понимаемый как язык, – это слово в движении, это текст, который может дописать читатель. В то же время электронный текст требует новых навыков и практик интерпретации. В условиях компьютерно-опосредованной коммуникации многим понятиям классической герменевтики: «автор», «читатель», «границы интерпретации» и т.д. придается новый смысл.

Ключевые слова: коммуникация, информационное пространство, текст, цифровая герменевтика.

The article considers digital hermeneutics as a new field of digital Humanities, defines its subject field, specificity, correlation with classical hermeneutics. According to the authors, G.-G. Gadamer's approach to the text as a language allows us to highlight some features of the electronic text. A text understood as a language is a word in motion, a text that the reader can complete. At the same time, electronic text requires new skills and practices of interpretation. In terms of computer-mediated communication, many concepts of classical hermeneutics: «author», «reader», «boundaries of interpretation», etc. are given a new meaning.

Keywords: communication, information space, text, digital hermeneutics.

Изучение влияния цифровых технологий на образовательные/ исследовательские практики началось уже с середины 1990-х гг. Исследование явления, развивающегося по мере его описания, требовало, с одной стороны, новых теорий и практик и постоянной корректировки методов. С другой стороны, для объяснения изменений, вызванных цифровой культурой, оказались актуальными идеи, которые разрабатывались, например, в классической или современной, до дигитального поворота, философии. Свою актуальность обнаружили идеи К. Маркса, М. Фуко, Ж. Делеза, Ю. Кристевой, Ж. Деррида, Ж. Бодрийера и др. На наш взгляд, выявляя происходящую модификацию текстов и конструирование смыслов в Интернет-коммуникации, вполне допустимо использовать в качестве методологического основания наследие классической (В. Дильтей, Г. Шпет, Г.-Г. Гадамер и др.) и современной герменевтики. Говоря о современной герменевтике, мы имеем в виду один из ее вариантов, который можно назвать цифровой герменевтикой. Термин воспринимается скорее, как неологизм, но в работах некоторых исследователей он уже нашел свое применение [4,5].

Герменевтика исторически работает с выявлением и прояснением смысла текста (шире – с конструированием смысла в различных практических контекстах, прежде всего связанных с деятельностью социальных институтов) [1, 2]. Цифровая

герменевтика изучает производство и реконструкцию смыслового содержания электронного текста (шире – конструирование смысла в условиях компьютерно-опосредованной коммуникации).

В классической герменевтике выделяют три основных подхода к тексту – текст рассматривается как знак, как структура, как язык. Соответственно отличаются интерпретативные практики и стратегии понимания. Интерпретация выступает как логический анализ языка (Г. Лейбниц, Б. Рассел, Л. Витгенштейн и др.), как структурный анализ (Кл. Леви-Стросс, Ю. Лотман и др.) или диалог (Г.-Г. Гадамер и др.). Таким образом, выделяя центральные вопросы классической герменевтики – Как мы понимаем текст? Что из языка переходит в текст? Может ли текст испытать бесконечное расширение? – по отношению к электронному тексту, необходимо отталкиваться от определенной идеализации текста. На наш взгляд, позиция Г.-Г. Гадамера (текст как язык), позволяет выделить ряд особенностей электронного текста [3]. Текст, понимаемый как язык, – это слово в динамике, это недосказанное слово, которое может домыслить (дописать) читатель.

Цифровая герменевтика исследует текст в информационном пространстве. Электронный текст требует определенных навыков интерпретации. Во-первых, в условиях компьютерно-опосредованной коммуникации понятиям «автор» и «читатель» придается новый смысл. Читатель вовлекается в информационное пространство текста, становясь «просьюмером»¹. Но, как мы отмечали ранее, семантические связи между структурными элементами гипертекста ограничивают произвол в его интерпретации и расширении [Черненко 2018: 62]. Во-вторых, сама идея Автора оказывается уязвимой. В большинстве случаев мы сталкиваемся с коллективным анонимным автором. Копирование, репостинг, дигитальное пиратство и т.д. обесценивают самостоятельную авторскую позицию. Если обратимся к истории культуры, то отметим, что многие философские памятники древности – это произведение не одного автора и по времени создания обнимают десятилетия и даже столетия. Такой философский текст выступал исторически развертывающимся комментарием на первоначальные идеи. Как следствие возникали цепочки письменных текстов, в которых часть одного сочинения входила в состав другого. Но и на Востоке, и в средневековой Европе такой подход к тексту освещался истинностью традиции, священных текстов. Кем отбирается и ранжируется предоставленная нам в Интернете информация? Вопрос риторический, поскольку получаемый нами ответ – это результат усилий пользователей Интернета, сгенерированный машиной.

В-третьих, если в «книжной» культуре авторами и комментаторами текстов были немногие, то современная демократизация текстопроизводства вызвала всплеск авторской и интерпретативной активности. В условиях интернет-коммуникации вокруг одного текста тысячами участников коммуникации создаются интерпретативные дискурсы. При этом в условиях цифровой культуры постепенно нарастает тенденция к

¹ Термин введен А. Тоффлером (от *англ.* producer — «производитель» и consumer — «потребитель»). Просьюмер – это потребитель, вовлеченный в производство артефактов или медиаконтента

экономии средств выражения, замене многословных конструкций инфографикой, эмоджиками и т.д., эталоном эффективной коммуникации становится краткость сообщения, а универсальным языком Интернета оказывается технологический английский язык, язык Компьютера.

Безусловно, в современной культуре рукописный и печатный тексты сосуществуют с электронными. Но не учитывать происходящие под влиянием цифры изменения в современной культуре вряд ли возможно. Цифровая герменевтика выступает своеобразным академическим ответом на вызовы современной жизни.

Литература:

1. Гадамер Г.-Г. Истина и метод. Основы философской герменевтики. М.: Прогресс, 1988. 704 с.
2. Кузнецов В.Г. Классическая и неклассическая герменевтика: преемственность и трансформации // Вестник Московского университета. Сер.7: Философия.2010. №3. с. 51–64.
3. Черненькая С.В. Семиотические исследования Густава Шпета // Густав Шпет и его философское наследие: у истоков семиотики и структурализма / науч. ред. Т.Г. Щедрина. М.: РОССПЭН, 2010. С. 446–453.
4. Черненькая С.В. Текст в цифровом пространстве культуры // Вестник Московского городского педагогического университета. Серия: Философские науки.2018. №3(27). С.58–63.
5. Шульга Е.Н. Когнитивная герменевтика. М.: Институт философии РАН, 2002. 235 с.

УДК 001.92:316.775, ББК 60.56

Е.Г. Поздеева
Elena Pozdeeva, elepozdz@mail.ru

Роль науки и экспертного знания в цифровом обществе **The Role of Science and Expertise in the Digital Society**

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

В условиях цифровизации в обществе существенно трансформируется пространство и формы коммуникации с участием ученых и экспертов, складываются условия для развития децизионистской модели взаимодействия между учеными-экспертами, общественностью и политиками. Новые практики научного дискурса требуют режима трансдисциплинарности. Сами научные теории, выполняя роль репликатора науки, активизируют самоорганизационные процессы, вызывая интерес граждан и побуждая их выполнять новые роли, связанные с экспертизой. В этой связи значимым фоном выступает доверие науке и экспертам. Для российского общества ситуация с доверием складывается противоречиво, однако мониторинговые опросы позволяют проследить тенденцию роста значения науки и научных исследований, а также выявить осознание собственной причастности и ответственности, активную позицию граждан в деле принятия жизненно важных решений.

Ключевые слова: научная коммуникация, наука, экспертиза, эксперт, модель отношений, доверие, ответственность.

In the context of digitalization in society, the space and forms of communication are substantially transformed with the participation of scientists and experts, conditions are developing for the development of a precision model of interaction between expert scientists, the public and politicians. New practices of scientific discourse require a regime of transdisciplinarity. Scientific theories themselves, playing the role of a replicator of science, activate self-organization processes, arousing the interest of citizens and encouraging them to fulfill new roles related to expertise. In this regard, trust in science and experts is a significant background. For the Russian society, the situation with trust is inconsistent, however, monitoring surveys allow us to trace the growing trend of the importance of science and scientific research, as well as to reveal awareness of our own involvement and responsibility, an active position of citizens in making vital decisions.

Keywords: scientific communication, science, expertise, expert, relationship model, trust, responsibility.

Переход к цифровому этапу развития общества связан с существенным ростом интереса общественности к науке, инженерному и экспертному знанию. В СМИ, в соцсетях и на публичных площадках все больше проходит встреч с экспертами,

ведущими диалог с общественностью о применении высоких технологий в решении глобальных и жизненно важных для человека проблем. Научная сфера находится в фокусе внимания в связи с изменением коммуникативного пространства между общественностью, учеными, экспертами и практиками, и возникновением новых форм научной коммуникации [1,2]. Роль ученых сегодня отмечена двойственностью (учитель/ посредник), что влечет за собой параллельное развитие двух типов научной коммуникации: популяризация науки (реконструкция для публики теорий, проектов, внедрений) и ведение метадискурса, касающегося научной политики, финансовой поддержки и перспектив конкретных исследований и экспериментов [3].

Современные сдвиги в ценностных аспектах практики, внедрение инновационных идей, ориентация на креативный подход актуализируют поворот к трансдисциплинарности, которая поддерживает динамику сложных систем и обеспечивает выход за пределы сложившихся подходов [4, С.14]. Акцент на обоснованности прогнозов и формирование у современных специалистов технической сферы готовности к ответственности стимулируют интерес к исследованию роли экспертного знания, процессам ее институционализации и новым социальным ролям экспертов и ученых [5].

Можно сказать, что экспертиза уже стала неотъемлемым атрибутом цифрового общества, что вызвано как эволюцией самого экспертного знания, так и социальной обусловленностью - развитием механизмов общественной регуляции, расширением поля участия заинтересованных агентов в решении социально значимых проблем. Роль экспертизы возрастает также из-за высокой конкуренции теорий, претендующих на решение проблем. Это позволяет рассматривать научную теорию в качестве *репликатора* самоорганизационных процессов в научной сфере. [6, С.86].

Традиционно эксперты выступают как носители норм, их деятельность подобна фильтру, отделяющему науку от «ненауки». А. Шюц выделил три идеальных типа: эксперт, обыватель и хорошо информированный гражданин [7]. Экспертом выступает тот, *кого знают, как знающего*, имеющего бесценный опыт чего-либо, что и закреплено в социальных ожиданиях к нему как к публичному персонажу. Хорошо информированный гражданин располагается между экспертом и обывателем, он должен формировать обоснованное мнение и заниматься обработкой динамично меняющейся информации [7, С.572]. Именно экспертная роль хорошо информированного гражданина сегодня выходит на передний план: заинтересованные и интересующиеся граждане имеют благодаря интернету широкий доступ к научной информации, они стремятся к освоению пограничных знаний, близко лежащих к их профессиональной сфере или потенциально востребованной. Так работает двойная петля обучения (К. Арджирис, Н. Луман), столь востребованная современными компаниями.

Экспертиза незаменима, когда принятие решений связано с проблемами, последствиями, множеством факторов влияния на процесс внедрения. В настоящий момент наблюдается переход к «децизионистской» модели взаимоотношений, при которой ученые-эксперты, гражданские служащие, несут ответственность за свои

решения и предложения, а политики – за определение целей и принятие этих решений [8]. Децизионистская модель вписывается в мейнстрим саморефлексии современного эксперта, подчеркивает его отношение к политике, принципу ответственности, утверждает гражданскую роль.

Поворот к расширению сферы экспертности ставит и другую актуальную проблему – доверия науке и экспертам. Э. Гидденс считает повсеместность доверия к экспертам и экспертным системам характерной чертой современного общества [9, С.220]. Ситуация в России с доверием весьма противоречива, что отмечается мониторинговыми центрами. По данным ВЦИОМ, с 2010 по 2017гг. показатель доверия россиян научным работникам колебался от 66% до 79%. При этом сегодня большинство россиян (59%) думают, что ученые все же скрывают от нас правду. Самыми недоверчивыми остаются люди, не окончившие школу (77%), тогда как среди людей с высшим образованием этот показатель ниже – 45%. Социологи отметили интересный, но противоречивый факт: 42% россиян считают, что ученые знают истину, а 41% говорят, что они искренне заблуждаются [10]. Данные опроса отражает стремление граждан вникать в сложные нерешенные проблемы, пытаться разобраться в них и сформировать свое собственное видение. С другой стороны, если учесть, что почти половина все же доверяют экспертам, то тогда очевиден интерес к экспертному мнению, к современным формам трансляции научного знания. По данным мониторинга ВШЭ в 2016г отмечался общий тренд повышения доверия к науке и технологиям: от 59 до 68% опрошенных россиян видят пользу от научно-технических достижений [11].

Данные обстоятельства особым образом актуализируют проблему утверждения и поддержания роли экспертного знания и науки в современных условиях, когда сфера коммуникаций и складывающиеся модели отношений между учеными и обществом продолжают усложняться. Для поддержания доверия к себе и своим научным результатам ученым следует активнее взаимодействовать с обществом, разъяснять широким слоям населения исследовательские результаты, доносить информацию об их практическом значении, что ставит проблемы развития языка коммуникаций и формата общественной экспертизы. Для социальной науки задачи выглядят еще более ответственными, так как общество ожидает увидеть контуры новых перспектив, оно готово к пересмотру роли знания в современном мире.

Литература:

1. Евсева 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.
2. Шипунова О.Д., Березовская И.П. Особенности когнитивного взаимодействия в практике научной коммуникации // Дискурс. 2018. № 3. С. 3-9.
3. Петерс Х.П. Ученые как общественные эксперты. Пособие по общественным связям в науке и технологиях / Под ред. Массимиано Букки и Брайана Тренча; Пер. с англ. – М.: Альпина нон-фикшн, 2018. С. 177 - 206
4. Герасимова И.А. Инженерное знание в техногенной цивилизации// Эпистемология и философия науки. 2018. Т. 55. № 2. С.6-17.
5. Поздеева Е.Г., Тростинская И.Р. Евсева Л.И. ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ ИНЖЕНЕРА В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННОЙ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ// НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКИЕ ВЕДОМОСТИ САНКТ-

ПЕТЕРБУРГСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО ПОЛИТЕХНИЧЕСКОГО УНИВЕРСИТЕТА. 2018. Т.9. № 3.С. 57–65.

6. Ситникова Д.Л. Роль научной экспертизы в динамике сложных систем//Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. 2012. №4(20). вып. 1. С. 86-90

7. Шюц А. Хорошо информированный гражданин / Избранное: Мир, светящийся смыслом. М.: РОССПЭН, 2004. С.557-572.

8. Habermas, J. (1971) « The scientization of politics and public opinion». In J. Habermas, *Toward a Rational Society*, London: Heinemann, P.60-80.

9. Э. Гидденс Последствия современности. М.: Издательская и консалтинговая группа «Праксис», 2011.

10. Наука и общество: авторитет и доверие. Пресс-выпуск ВЦИОМ. 27 июля 2018. URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=9225> (дата обращения 28.09.2019)

11. Опрос ВШЭ: доверие науке и технологиям в России понемногу растет. URL: <https://scientificrussia.ru/articles/nedoverie-k-nauke-i-tehnologiyam-v-rossii-po-prezhnemu-vysoko> (дата обращения 1.10.2019).

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

Информационное общество в условиях научно-технической революции XX - начала XXI века
Information Society in the conditions of the scientific and technological revolution of the XX - beginning of the XXI century

Санкт-Петербургский государственный университет
St. Petersburg state University

Статья посвящена рассмотрению вопросов формирования информационного общества в России и мире. 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 and the world. 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.

Информационная революция, заложившая основы грядущих изменений общества – главное событие в научно-технической революции XX - начала XXI века. Историография темы «в классическом понимании» пока не сложилась [1]. Но дискуссии по истории информационной революции, становлении информационного общества ведутся достаточно широко. Некоторые авторитетные исследователи

считают информационную революцию мифом, другие (их большинство) – говорят о качественном скачке в развитии цивилизации [2].

Информационная революция – совокупность качественных изменений во всех сферах жизнедеятельности общества, качественный скачок в технологии сбора, хранения и передачи информации [3]. Эта революция – радикальное изменение в XX веке инструментальной основы способов передачи и хранения информации, а также объема информации, доступной активной части населения. Информационная революция создает технологическую основу для объединения интеллектуальных способностей человечества, влияет на политические процессы в обществе [4]. Ранее историю науки и техники творили отдельные люди, активно участвовавшие и в политической жизни страны [5]. В XX - начале XXI века мастерскими научно-технического прогресса стали институты и корпорации. Среди творцов, определивших лицо ушедшего века, – фирмы и корпорации производители печатающих, копирующих и сканирующих устройств, факсов, цифровых фотоаппаратов, множества других средств обработки информации [6].

Информационная революция неизбежно привела к преобразованию общественных отношений из-за радикальных изменений в сфере обработки информации. Следствием подобных преобразований становится приобретение обществом нового качества, так как то, что мы называем информационной революцией, есть, в сущности, революция знания [7].

Четвертая информационная революция (начавшаяся в 70-е годы XX века) связана с изобретением микропроцессорной технологии и появлением персонального компьютера. Именно компьютер стал символом и «спусковым крючком» для этого этапа информационной революции. На микропроцессорах и интегральных схемах создаются компьютеры, компьютерные сети, системы передач данных (информационные коммуникации) [8]. Этот период характеризуют три фундаментальные инновации:

- 1) переход от механических и электрических средств преобразования информации к электронным;
- 2) миниатюризация всех узлов, устройств, приборов и машин;
- 3) создание программно-управляемых устройств и процессов.

Информационная революция рассматривается исследователями как «вызов истории» современной цивилизации. Можно с уверенностью говорить о том, что 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 и утрачивают, в какой-то мере, свой локальный характер. Современная информационная революция характеризуется резким ростом объема, скорости передачи производимой и потребляемой информации. Так, после

изобретения радио потребовалось 30 лет, чтобы достичь аудитории в 50 млн. человек, телевидению – 13, а Интернету всего 4 года [9].

Последняя информационная революция выдвигает на первый план новую отрасль – информационную индустрию, связанную с производством технических средств [10]. При этом информационные отношения в обществе имеют две стороны: техническую и содержательную. Содержательная сторона – это качество информации, о чем говорят и пишут. Техническая сторона – существующие технические средства для передачи информации – почтовые сообщения, способы книгопечатания, телеграфирования, телевидение, Интернет. Новая информационная революция охватывает все стороны жизни человека, в том числе такие важные и фундаментальные, как образование и здравоохранение.

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. Мичурин А.Н. Деятельность «прогрессивных групп» в Государственном совете в 1915 - 1917 годах: дис...кандидата исторических наук. СПб. 1997. 365 с.
5. Мичурин А. Н. Деятельность «прогрессивных групп» в Государственном совете в 1915 - 1917 годах: Автореф. дис. ... кандидата исторических наук. СПб, 1998.29 с.
6. Савостицкий Ю.А. История развития глобальных компьютерных сетей//Информационное общество. 2000. № 4. С.59-65.
7. Aladyshkin I, Kulik S., Michurin A., Anosova N. Information Prospects For Socio-Cultural Development: Contradictory Grounds. RPTSS 2017 International Conference on Research Paradigms Transformation in Social Sciences, The European Proceedings of Social & Behavioural Sciences EpSBS, Vol. XXXV, p. 19-25.
8. 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. 9-15.
9. Чернов А.А. Информация. Дипломатия. Психология. М.: Известия, 2002.616 с.
10. Drucker P.F. Post - Capitalist Society. N.Y.: Harper-Collins Publ., 1995. 232 p.

УДК 141.2, ББК 87.60

Э.В. Баркова

Eleonora Barkova, barkova3000@yandex.ru

Брак человека с роботом как проблема коммуникативистики The marriage between man and robot as a problem of communication

*Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова
Plekhanov Russian university of economics*

С точки зрения экофилософии показана востребованность анализа и критической оценки новых типов контактов людей и роботов. Факты заключенных браков, открытие в Москве публичного дома для встреч с роботами, «работа» роботов в качестве священнослужителей-проповедников в действующих храмах свидетельствует о проникновении технико-технологических инструментов в те структуры естественного мира где их влияние и отдаленные следствия в перспективе космопланетарного бытия непредсказуемы.

Ключевые слова: природа человека, коммуникация, технологии, робот, субъект культуры, типы связей, брак

From the point of view of eco-philosophy, the relevance of analysis and critical evaluation of new types of contacts between people and robots is shown. The facts of marriages, the opening of a public house in

Moscow for meetings with robots, the “work” of robots as priests in existing churches testifies to the penetration of technical and technological tools into those structures of the natural world where their influence and long-term consequences in the future of cosmic planetary life are unpredictable.

Keywords: human nature, communication, technology, robot, cultural subject, types of relationships, marriage

Ограниченность времени на решение ключевых глобальных проблем современности актуализирует направленность мысли при разработке проектных моделей развития человеческой деятельности, науки и технологий на жизнеобеспечивающие результаты, поиск решений, открывающих перспективы самосохранения бытия человечества. Перспективность коммуникативистики этом отношении определяется тем, что в ее проектных моделях в последние годы предметом изучения стали не только фундаментальные и прикладные проблемы анализа структур, функций, типов коммуникаций, но и стратегические ресурсы сетей коммуникаций, ориентированные на преодоление рискогенных тенденций в их личностно- и социоориентированных измерениях. [1].

Однако сегодня наряду с обсуждением уже известных в коммуникативистике проблем возникает необходимость в постановке новых вопросов, обусловленных часто неожиданно возникающими в жизни фактами, которые стремительно становятся реалиями массовой культуры, сознания и задают новые повороты в современной социально-коммуникативной ситуации. Одним из таких вопросов, требующих, с моей точки зрения, безотлагательного и широкого обсуждения, является феномен *уже заключенных браков между людьми и роботами*, их смысл, следствия таких связей-коммуникаций и оценка. Дело в том, что в разных странах – Японии, США, Франции – уже происходят свадьбы, где «второй половинкой» является робот. Так, американка «Бонни Бертон...связала себя узами брака с куклой, изображающей робота –R2- D2 из «Звездных войн! ... А француженка по имени Лилли, которая сама себя называет роботосексуалкой, распечатала себе мужа на 3D принтере и счастлива» [2. С 3].

Характерной особенностью этой ситуации является мнение юной «жены» о происшедшем, свидетельствующий о выходе этого явления за границы обычной игровой модели коммуникации: она утверждает, что прикосновения людей ей отвратительны, а с партнером-роботом у нее все хорошо. Вопрос: она – человек? Можно ли в традиционном смысле сказать о ней и ей подобных, что это – субъект *человеческой* деятельности, субъект культуры? Какими будут их реакции на экзистенциально-человеческие, нравственные, экокультурные и глобальные проблемы?

Полагаю, что такого типа браки и им подобные факты – открытия в Москве первого борделя для людей и роботов, появление в разных конфессиях проповедников-роботов в настоящих храмах и т.д. – должны быть оценены в логике экофилософии. Экофилософия, как известно, исходит из понимания мира – космоса, Земли, ее микро- и макроструктур, всего живого, человека, социума и культуры – как единой органической, а не технологической целостности. Человек – его природа-культура – высшее звено и результат многих миллиардов лет развития Вселенной, и каждая клетка нашего организма в своей структуре воспроизводит структуру Солнечной системы с ее ядром-центром и периферией. В природу человека как *уникальной целостности*

включены способности не только к комбинаторике, памяти, адаптации и интеллекту, но богатство *человеческой* чувственности, интуиции, фантазии и возможности их развития в нравственных и гармонически-эстетических измерениях культуры. [3]. Следствия сбоя программы этой целостности и вторжение в нее инородных кодов непредсказуемы [4].

Традиционно брак в культурах всех народов выделялся как особое, по-человечески важное, пространство интимного, сокровенного, не публичного бытия. Однако информационный детерминизм как ведущая парадигма мышления, сегодня стремительно проникая из сферы науки в общественное сознание, на основе установок на релятивизм, размывает границы между должным и сущим, прекрасным и безобразным, допустимым и запретным.

Переход в пространстве коммуникативистики к открытию и анализу стратегий, форм мышления, моделей общения, типов коммуникативных сетей, сохраняющих смысл человеческих контактов, а также к отбору и созданию необходимых для этого человеко- и жизнесохраняющих технологий – требование времени. Только на такой базе возможно сохранение планетарно ответственного отношения к Человеку, смыслу общения, и оценка процессов его роботизации как проникновения в саму природу и мир человека чужеродных программ, делающих проблематичными перспективы планетарного бытия человека.

Литература:

1. Баркова Э.В. Трансформации коммуникативных технологий в экофилософской перспективе глобализации // Вестник Орловского государственного университета. Серия: Новые гуманитарные исследования. 2014. № 3 (38). С. 132-136.
2. Никитин И. Выйти замуж за работа // Тайны XX века. 2018. № 31. Август. С 3
3. Баркова Э.В. Масштаб личностного развития в целевых установках проектирования экокультуры информационного общества// Социокультурные среды и коммуникативные стратегии информационного общества Труды Международной научно-теоретической конференции . Ответственный за выпуск: О.Д. Шипунова. – СПб.: 2015. С. 5-8.
4. Социально-гуманитарное познание: методологические и содержательные параллели: Коллективная монография / Под общей редакцией А.В. Грехова, А.Н. Фатенкова. - Москва, 2019.

УДК 004.08+316.42, ББК 87.6:88.53

О.Д. Гаранина
Olga Garanina, ogaran@yandex.ru

Компьютерная эйфория: как сохранить веру в могущество информационных технологий?

Computer euphoria: how to keep faith in the power of information technologies?

*Московский государственный технический университет гражданской авиации
Moscow State Technical University of Civil Aviation*

Раскрыто содержание социальных и социально-психологических проблем, обусловленных сложным характером взаимодействия человека и информационных систем, предложены способы их решения. Обоснована необходимость социально-гуманитарной экспертизы инновационных информационных технологий в контексте потенциальной опасности для физического и психического здоровья человека.

Ключевые слова: информационная технология, социально-гуманитарная экспертиза, информационные угрозы, эргономика, компьютерная грамотность, психологическая стабильность.

The author reveals the content of social and psychological problems caused by the complex nature of the interaction of man and information systems, and suggests ways to solve them. The need for social and humanitarian expertise of innovative information technologies in the context of the potential danger to the physical and mental health of a person is substantiated.

Keywords: information technology, social and humanitarian expertise, information threats, ergonomics, computer literacy, psychological stability.

Результаты развития информационной техники и технологий сопровождаются эйфорией в общественном сознании, содержание которой составляет безусловная вера в то, что инновационные технологические средства способны решить все проблемы социальной жизни. Однако философский анализ перспектив бытия человека в новых социальных условиях, представленный отечественными и западными исследователями [1; 2], позволяет сделать вывод о своеобразной перверсии антропологических ожиданий, характерной для любого развития: оно всегда сопровождается болезнями роста, появлением новых проблем, требующих внимания и чреватых негативными последствиями.

Какие это проблемы, и какие риски для человека возможны при их обострении?

1. Проблема моды в общественном сознании и науке. В последней трети XX века в философской литературе активно обсуждалась кибернетика, ставшая модным научным направлением. Информационные тренды тогда еще не стали повседневностью, но многие считали, что кибернетические методы и решения позволят сразу и без большого труда решить множество практических вопросов социального развития. После того, как время и опыт показали, что кибернетические методы не универсальны и что для их реализации требуется большая и упорная работа, наступил этап охлаждения, дискредитации правильных, но не до конца понятых идей.

В настоящее время наблюдается новая волна компьютерной эйфории в общественном сознании и в науке, центральным дискурсом которой вновь выступает суждение о том, что инновационные информационные технологии могут преодолеть базовые социальные трудности. Однако, учитывая волнообразный характер любого развития, можно предположить, что за одушевлением и подъемом, надеждами, возлагаемыми на новые виды техники и технологий, вновь могут последовать разочарования и депрессии, обусловленными достаточно серьезными негативными следствиями цифровизации, о чем свидетельствует, в частности, расширяющееся движение цифрового дауншифтерства. Подобные социально-психологические явления, имеющие негативный характер и обусловленные модой, подлежат исследованию с целью предотвращения дискредитации инновационных направлений в науке. Это социальная проблема, и она связана как с организацией науки, так и с такими социальными институтами, как средства массовой информации и реклама. Представляется, что решение этой проблемы возможно через формирование института социальной экспертизы предлагаемых социуму информационных технологий. Социальные последствия информационных технологий в настоящее время активно обсуждаются на форумах различного уровня, но говорить о предпосылках институционализации социальной экспертизы в этой сфере, было бы слишком смело.

2. Проблема надежности и эргономичности. Информационные средства не являются самоцелью, а представляют собой лишь часть «человеко-машинных» систем,

в которых кроме них участвуют люди и техника. Безопасность функционирования и, следовательно, эффективность таких систем может быть достигнута лишь при выполнении основного системного принципа – требования равнопрочности всех элементов системы. В этой связи возникает целый ряд сложных антропологических проблем, среди которых эргономические проблемы обеспечения удобства и эффективности работы человека с новой техникой, качественно отличающиеся от традиционных эргономических проблем; вопросы психологической совместимости людей и современных интеллектуальных систем; проблемы обучения, подготовки людей, так или иначе связанных со средствами переработки и передачи информации. Важность этих проблем подтверждается хотя бы тем, что дискредитация довольно значительной части созданных информационных систем связана с недостаточным учетом при их проектировании и внедрении человеческих (психологических) факторов, тех изменений в способах и формах работы человека в этих системах, которые часто требуют серьезной перестройки сознания. Не вполне ясно, как изменяется психология детей и взрослых при интенсивной работе с информационными системами всех видов (а не только с интернетом). При этом надо учитывать, что с ускорением темпа жизни в современном мире у человека остается очень мало времени на обработку гигантских объемов поступающей информации, что приводит к ухудшению логического мышления, наступлению «информационного невроза», следствием чего является снижение качественных показателей жизнедеятельности. С этой проблемой уже столкнулись психиатры по всему миру [3].

3. Проблема доступности. Интенсивное развитие информационной техники и технологий, имеет, как представляется, несколько односторонний характер. Основной упор делается на разработку, изготовление разнообразных технических средств, однако для того, чтобы эти средства полезно и эффективно использовались, они должны быть снабжены доступными программными средствами, достаточным количеством носителей информации. Необходимо знать, где, когда и, главное, как следует эффективно использовать технику, для чего она должна быть снабжена простыми и понятными описаниями и инструкциями. Представляется, что этим, столь же важным вопросам, как разработка и производство, уделяется еще недостаточное внимание. Можно привести множество печальных примеров, когда непродуманное, локальное внедрение информационной техники не повышает, а снижает эффективность функционирования системы в целом. Утрачивается доверие к инновациям, формируется настороженное отношение к новой технике, как правило, способной решить многие сложные задачи, освободить человека от многоэтапной напряженной работы. Какие психологические требования следует предъявлять к разрабатываемым интеллектуальным системам, чтобы работа с ними была эффективной, не вызывала большого утомления и не требовала бы коренного и сложного переучивания? Исследовательское развертывание этих проблем породило новый термин «киберпсихология», свидетельствующий о зарождении в рамках психологии нового научного направления.

4. Проблема безопасности. Широкая компьютеризация, внедрение большого числа персональных компьютеров, разнообразных гаджетов-носителей информации, призванных быть повседневным элементом нашей жизни, ставит на повестку дня еще одну проблему – проблему безопасности информационной техники. Это не только техническая проблема, но в то же время и проблема социальная. Переход на безбумажные информационные обмены, использование персональных ЭВМ для замены личных и деловых записей, развитие электронной почты и др., циркулирование в информационных структурах больших объемов персональной информации, превращают каждый отказ, каждый сбой, не говоря уже о кратковременном выходе из строя, в серьезную социальную проблему. Заметим в этой же связи и ряд юридических проблем, таких как проблема юридической силы электронных документов, защиты информации от умышленных искажений, защиты от злоупотреблений при использовании информационных технологий, защиты интеллектуальной собственности и др. [4].

5. Проблема компьютерной грамотности. Можно с уверенностью говорить о том, что люди старше шестидесяти лет с настороженностью относятся к возможностям, предоставляемым информационными системами, просто потому, что не умеют ими пользоваться. Особенно это касается тех социальных групп, которые ограничивают свое знакомство с современными информационными технологиями только средствами связи, нередко отказываясь от возможности посредством этих средств работать с информацией (не случайно «кнопочные» мобильные телефоны не только не сняты с производства, но пользуются спросом в соответствующих пунктах продаж). Необходимо заметить, что проблемам, связанным с обучением взрослых в указанной области, психологами уделяется явно недостаточное внимание, хотя нерешенных вопросов здесь чрезвычайно много.

Решение этих и им подобных проблем требует коренной перестройки теоретических и методологических подходов к исследованию информационной техники в её взаимодействии с человеком. Приоритет антропоориентированных подходов способен вывести научное знание в этой области на новый уровень, соответствующий социальным запросам и снять остроту проблемы социальной ответственности ученых и инженерного корпуса, продвигающих идеи интенсивной информатизации.

Литература:

1. О.Д. Гаранина. Перспективы человека в мире информационных технологий: от Homo Sapience к Homo Informativus // Общество, философия, история, культура. 2017. № 10. С. 9-12.
2. Nicole Mortillaro. The World Wide Web Turns 25: How It Changed Everything. Global News. 23.08.2016. Retrieved from: <https://globalnews.ca/news/2897780/the-world-wide-web-turns-25-how-it-changed-everything/> (accessed 14.08.2019).
3. Е.И. Рассказова, В.А. Емелин, А.Ш. Тхостов. Диагностика психологических последствий влияния информационных технологий на человека. Москва: Акрополь, 2015.
4. David R. Koepsell. The Ontology of Cyberspace: Philosophy, Law, and the Future of Intellectual Property. Illinois: Open Court, 2003.

**Информационная среда и научно-техническое общество
в Ленинграде 60-х гг. 20в.****The information environment and the scientific and technical society in Leningrad of
the 60s of the 20th century**

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

Вначале 1960-х гг. благодаря развитым коммуникативным практикам, научные и технические коллективы стремились к сближению. Решение совместных задач, усиливало связь «наука-производство». Общими силами рабочих, научных деятелей, проводились исследования, внедрялись разработки в производство, что следует о повышении культурного и научно-технического уровня знаний сотрудников предприятий. На помощь производственникам практически всегда приходили сотрудники из НИИ и высших учебных заведений города, которые оказывали активное содействие в решениях теоретических и практических вопросов. Успешный результат в борьбе за выполнение решений XXI съезда был бы невозможен без повседневной, кропотливой работы трудящихся города. Жители Ленинграда – это верные строители страны Советов, а город Ленина доказал свое преимущество в борьбе за научное и техническое превосходство.

Ключевые слова: Ленинград, ИТР, промышленно-производственный персонал, наука, производство, 1960 г., трудящиеся, превосходство.

In the beginning the 1960th thanks to the developed communicative practitioners, research and technical teams sought for rapprochement. The solution of joint tasks, strengthened communication "science production". With combined forces working, scientific figures, researches were conducted developments took root into production that follows about increase in cultural and scientific, and technical level of knowledge of staff of the enterprises. Production workers practically were always come to the rescue by employees from scientific research institute and higher educational institutions of the city which rendered active assistance in solutions of theoretical and practical questions. The successful result in fight for accomplishment of decisions of the XXI congress would be impossible without daily, laborious work of workers of the city. Residents of Leningrad are faithful builders of the country of Councils, and the city of Lenina proved the benefit in fight for scientific and technical superiority.

Keywords: Leningrad, ITR, industrial and production personnel, science, manufacturing, 1960, workers, superiority.

В 1959 г. проходил XXI съезд Коммунистической партии СССР. В ходе работы Н. С. Хрущев, обратил внимание делегатов на контрольные цифры, которые необходимо было достигнуть в семилетний период развития народного хозяйства Советского Союза [1]. После этого, делегаты Ленинградской партийной организации заверили, что трудящиеся города, обязательно выполнят и постараются перевыполнить, озвученные, плановые показатели [1]. Страна вступала в семилетку (1959-1965 гг.).

На проходившем в 1961 г. Всесоюзном совещании научных работников А. Н. Косыгин, обратил внимание, на тот факт, что для «успешного решения значительных задач по построению коммунистического общества, нужно как можно скорее улучшить форму организации и планирования научных работ, осуществить необходимое разделение труда, специализацию и кооперирование» [2]. Обозначенная точка зрения, была незамедлительно отражена в принятом в том же году Постановлении ЦК КПСС, Совмина СССР от 03.04.1961 № 299 «О мерах по улучшению координации научно-исследовательских работ в стране и деятельности Академии наук», что в дальнейшем и привело к усилению внимания ученых АН СССР к фундаментальным проблемам [3].

В постановлении говорилось о наличии в Академии наук значительного количества отраслевых научных учреждений, которые отвлекали её от решения перспективных проблем в научном дискурсе. Исходя из практики, стоит отметить, что зачастую расплылись силы и средства при разборе технических вопросов отраслевого характера, которые должны были решаться только специализированными научно-исследовательскими институтами [3]. В перспективе, в Ленинграде из Академии наук выделились, а затем и включились в созидательную работу только лишь профильные научно-исследовательские институты.

Городу Ленинграду в семилетнем плане (1959-1965 гг.) отводилось почетное место. Благодаря крупному научному и техническому потенциалу, выпуск общей продукции должен был вырасти на 50,2 % [1, С. 714]. Промышленно-производственный персонал, ИТР, научные деятели, не только включились в работу, но и параллельно приступили к модернизации используемой техники, занялись совершенствованием линий, автоматизацией производства и налаживанием механизированных поточных систем. Например, Ленинградский металлургический завод открыл производство новых мощных турбин, используя свои ресурсы, а завод «Электросила», увеличил выпуск турбогенераторов в 3 раза. Успехи производственников, также подкреплялись не только выполнением плановых показателей, но и благодаря информационной среде усиливалась связь «наука-производство».

В октябре 1964 г. в Ленинграде прошло выездное заседание секции общественных наук Президиума АН СССР. Главная цель, укрепить творческие связи академических учреждений и производственных коллективов с обществоведческими кафедрами вузов города. Стоит отметить, что такой опыт уже имелся. Например, был проведен целый ряд совместных научных работ по социологическим исследованиям, которые проводились, при помощи сотрудников ЛГУ. В дальнейшем, данная практика получила широкий размах и подобного рода исследования стали проводиться регулярно [4].

С точки зрения научного потенциала ученых города, особую важность в 60-е гг. стали приобретать работы, связанные с естественнонаучными дисциплинами. Яркий пример – астрономия. В частности работы по небесной механике Института теоретической астрономии АН СССР, где проводились исследования для нужд геодезии, картографии, морской и воздушной навигации, разрабатывались теоретические проблемы движения естественных и искусственных спутников Земли, изучались проблемы строения и происхождения Галактики, Солнца, звезд, небесной механики [5].

В начале 60-х гг. активно развернулись исследования по изучению земного магнетизма, ионосферы и распространению радиоволн (ЛЮ ИЗМИРАН). Ученые Ленинграда, принимали активное участие в проектировании и строительстве астрофизической обсерватории АН СССР в Крыму [6]. Таким образом, в 1960 г. под руководством академика В. П. Линника, члена-корреспондента АН СССР О. А.

Мельникова, и главного конструктора Б. К. Иоаннисиани начались работы по созданию крупного в мире телескопа с зеркалом диаметром 6 метров на Северном Кавказе.

В заключение стоит обратить внимание на тот научный и технический потенциал, который город смог достичь. В борьбе за научное и производственное превосходство, помогало не только партийное руководство, но и коммуникативная практика переговоров по объединению научных и производственных коллективов. Так начиная с 1962 г. Производственное объединение (ПО) «Светлана», используя свои производственные ресурсы, объединило 9 мелких фирм, чтобы выработать новую методику работы связанных с производством электрооборудования. В дальнейшем один из старейших заводов страны, Кировский завод, подвергся реорганизации с точки зрения научно-технических служб. Предприятие начало развивать и активно привлекать профильные, отраслевые НИИ к выпуску своей продукции. Результатом союза стало создание нового типа трактора «Кировец-700» [7]. И к 1965 г. их было выпущено уже более 2 тыс. штук. Далее созданный на базе завода «Электросила» ленинградский филиал ВНИИ электромеханики, был включен в структуру производства. Отрадно, что намеченный план исследований базировался на основе стратегического плана развития предприятия, что естественно и способствовало выполнению разработок в короткие сроки. Говоря о данных примерах, стоит выделить, что чертежи, модели, расчеты непосредственно апробировались в цехах и на производстве, а при удачных испытаниях сразу поступали в промышленный цикл [7]. Таким образом, можно сказать, что коллективы трудящихся города, смогли достичь высоких целей благодаря политической зрелости, отличной теоретической подготовке и умелой организации работ в борьбе за научное и производственное превосходство Ленинграда.

Литература:

1. Ленинград. Краткий исторический очерк. Лениздат. 1964. С. 713.
2. Всесоюзное совещание научных работников в Кремле. М. 1961. 327 С.
3. Постановление ЦК КПСС, Совмина СССР от 03.04.1961 № 299.
4. Вопросы истории. 1965. № 2, с. 122-125.
5. Кольцов А.В. Очерки истории организации науки в Ленинграде, 1703-1977. Ленинград. Наука. 1980. 316 С.
6. История НИИ КрАО. 14.09.2005. Режим доступа URL: <http://www.astronet.ru/db/msg/1208014> (дата обращения 03.10.2019).
7. Иванов Н. П. Отраслевые институты и производство. Известия. 26.09.1963.

**Технологические аспекты согласованного развития университета и
бизнес-сообщества**
**Technological aspects of the coordinated development of the university and
the business community**

*Ростовский государственный экономический университет
Rostov state economic university*

В работе отмечается, что одной из ключевых проблем в деятельности университета является проблема адаптации выпускников к трудовой деятельности, которая вызвана рассогласованием между предложениями вуза и требованиями бизнес-сообщества. Скоротечность изменений современного рынка столь велика, что своевременное формирование новых образовательных программ и применение традиционных форм адаптации выпускников оказываются либо невозможны, либо недостаточны. Современные образовательные технологии, как и технологии бизнеса, проходят те же этапы и процессы преобразования в ходе своего развития. Это касается как принципов управления образовательным учреждением, так и технологических процессов (технологий обучения). Следовательно, для согласования развития университета и бизнес-сообщества необходимо формирование в вузе механизма оперативной подстройки всех уровней управления и технологических процессов под требования стандартов современного бизнеса.

Ключевые слова: университет, бизнес-сообщество, согласованное развитие, адаптация.

The work notes that one of the key problems in the activity of the university is the problem of adaptation of graduates to work activity, which is caused by the mismatch between the proposals of the university and the requirements of the business community. The speed of changes in the modern market is so great that the timely formation of new educational programs and the application of traditional forms of adaptation of graduates are either impossible or insufficient. Modern educational technologies, like business technologies, undergo the same stages and processes of transformation during their development. This applies both to the principles of management of the educational institution and to technological processes (training technologies). Therefore, in order to coordinate the development of the university and the business community, it is necessary to form a mechanism in the university to quickly adjust all levels of management and technological processes to the requirements of modern business standards.

Key words: university, business community, coordinated development, adaptation.

Образовательные технологии, как и технологии бизнеса, проходят те же этапы и процессы преобразования. Это касается как принципов управления образовательным учреждением, так и технологических процессов (технологий обучения). Однако система образования по понятным причинам остается более консервативной по отношению к изменениям внешней среды, и новая реальность медленно и в недостаточной степени проникает в принципы функционирования последней.

Развитие предполагает возможность изменения не только внутренней структуры организации, ее системы управления и технологической базы, но и изменения на уровне миссии и задач. Это ответ на динамичность рынка и современных технологий. По этой причине российские образовательные учреждения оказались в сложной ситуации.

Рынок все еще не сформировался окончательно и представляет собой многообразие: смесь государственных предприятий (со старой системой управления), псевдорыночных и рыночных предприятий вчерашнего дня (опирающихся на старые неэффективные формы управления и организации бизнеса), монополий на основные

ресурсы, высокотехнологичный бизнес (в основном опирающийся на западные технологии и специалистов). В роли же основного заказчика (и фактически исполнителя) остается государство. Государство по-прежнему определяет, чему и как учить.

Однако рыночная система экономики, не предполагающая тотального контроля над предпринимательской инициативой и деятельностью, привнесла свои коррективы в возможности государственного контроля.

Получив определенную автономию, вузы приступили к разработке и реализации своих планов, в которых одним из ключевых пунктов является задача подготовки специалистов, востребованных на рынке. Образовательный процесс теперь уже рассматривается как производство, на выходе которого продукт – специалист (Рис. 1).

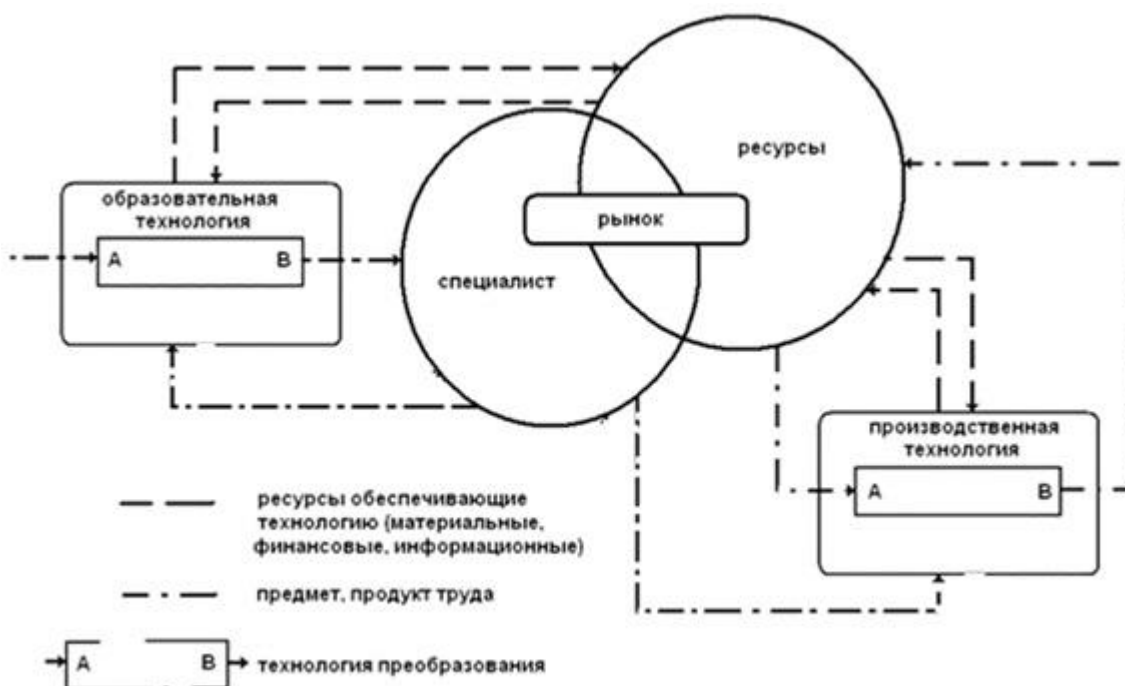


Рисунок 1. Специалист как доминантный товар

Такой взгляд на высшее образование как товар характерен для модели управления образованием в США с 90-х годов [1].

Однако разрыв между образовательными технологиями среднего российского вуза и передовыми технологиями бизнеса порой столь велики, что сокращение пути обратной связи, по которой вузы получают актуальную информацию о спросе и предложении на их продукт, замыкающегося теперь уже непосредственно через рынок, оказывается недостаточным.

Информация, материализованное знание, которые поступает на вход ОУ, а также скрытые знания, которые реализованы внутри конкретного бизнеса и его системе управления, в действительности не воспринимаются в полном объеме ни на уровне управления ОУ, ни тем более в технологическом процессе (Рис. 2).

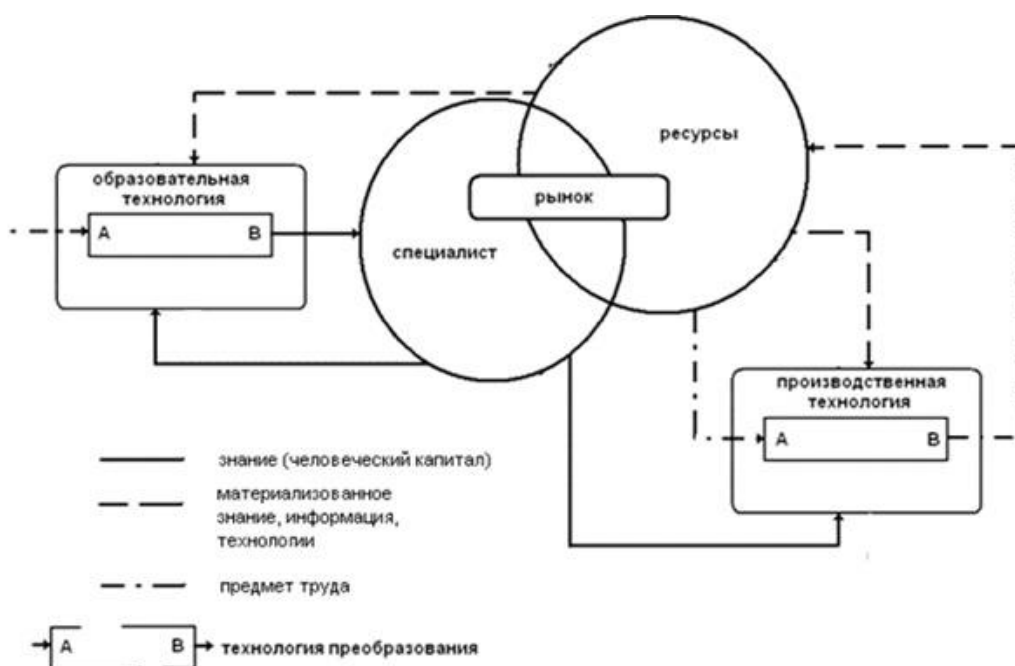


Рисунок 2. - Знаниевый подход к адаптации специалиста

В такой схеме результат адаптации – знание (человеческий капитал, материализованное знание, информация, технологии)

Однако изменения современного рынка носят более скоротечный характер по сравнению с формированием новых и корректировкой старых программ подготовки специалиста. Из чего следует, что в дополнение к традиционным механизмам адаптации специалиста к трудовой деятельности [2], владеющего актуальными знаниями и навыками, необходим и соответствующий механизм согласования ОУ и бизнеса.

Как уже было отмечено выше, образовательные технологии, как и технологии бизнеса, проходят те же этапы и процессы преобразования. Это касается как принципов управления образовательным учреждением, так и технологических процессов (технологий обучения). Следовательно, для согласования развития университета и бизнес-сообщества необходимо формирование в вузе механизма оперативной подстройки всех уровней управления и технологических процессов под требования стандартов современного бизнеса.

Литература:

1. Беляков С.А. Зарубежный опыт совершенствования управления образованием: основные модели. Ж. Университетское управление: практика и анализ. №1, 2009 (Электронная версия журнала: www.umj.ru)
2. Холкин Д.В., Холкина Т.А. Технологические и институциональные подходы к трансляции лучшей практики. Ж. Университетское управление: практика и анализ. №5, 2005

Роль эпистемологии в философии искусственного интеллекта
The role of epistemology in the philosophy of artificial intelligence

Национальный исследовательский университет «МИЭТ»
National Research University of Electronic Technology

В современном научном сообществе возрастает роль смежных дисциплин, которые требуют особого подхода к изучению. Междисциплинарное знание имеет значительную историческую составляющую и высокую степень практичности. В статье рассматривается связь междисциплинарного знания со знанием, являющимся основополагающим для него, на примере философии искусственного интеллекта (ИИ) и эпистемологии. Автор приходит к выводу, что знание законов эпистемологии необходимо для изучения философии ИИ и предваряет разработку самого искусственного интеллекта.

Ключевые слова: эпистемология, искусственный интеллект, философия ИИ, смежные дисциплины, междисциплинарное знание.

The contemporary scientific society witnesses the increasing role of interdisciplinary subjects requiring a special approach to study. Interdisciplinary knowledge implies the wealth of history and higher usefulness. The article investigates how interdisciplinary knowledge is related to the knowledge that is fundamental for it by the example of the philosophy of artificial intelligence (AI) and epistemology. The author concludes that it is necessary to know epistemology principles to study the AI philosophy, which precedes developing artificial intelligence itself.

Key words: epistemology, artificial intelligence, AI philosophy, related subjects, interdisciplinary knowledge.

В современном обществе возрастает роль смежных дисциплин, в результате чего можно утверждать, что наука нового столетия носит междисциплинарный характер. С учетом повышенного интереса к смежным дисциплинам необходимо решать вопросы и преодолевать трудности, связанные с ними, а в перспективе выработать для этого некий системный подход.

Среди смежных дисциплин особое значение имеет философия искусственного интеллекта (ИИ) — достаточно новая отрасль науки, которая включает в себя как гуманитарное, так и техническое знание. Первое подчеркивает связь данной отрасли с историей, второе же носит более прикладной характер, что, по мнению О.В. Колесовой, получает приоритет в современной науке [3, с. 328]. Н.В. Даниелян также отмечает, что тенденция к поиску практичности наблюдается и в современном образовании, которое рассматривается «в проекции его социальной полезности» [1, с. 72]. Следовательно, междисциплинарное знание обладает как богатой исторической составляющей, так и высокой степенью практичности.

В случае философии ИИ гуманитарным знанием выступает эпистемология — отрасль философии, изучающая знания, а техническим — ИИ как наука о создании интеллектуальных машин. Связь данных знаний проявляется в том, что ученые, занимающиеся разработкой ИИ, применяют существующие в эпистемологии методы для решения проблем технического характера. В качестве примера Н.А. Загоскина приводит моделирование когнитивных способностей человека, что, по ее мнению, представляет собой значительную проблему для современных наук об искусственном в целом — помимо философии ИИ в частности [2, с.17].

Эпистемология как наука развивалась на протяжении столетий, благодаря чему многие поколения могли привносить в нее свои изменения, тем самым подстраивая данную науку под реалии современной для них действительности. Из этого следует, что эпистемология сегодня значительно отличается от того, какой она была ранее. Кроме того, для развития ИИ как науки большое значение имеет философия в общем смысле, что может упускаться из виду современными исследователями, недостаточно оценивающими вклад философии в научно-технический прогресс. В науке Ст. Фуллер предлагает придерживаться подхода, в полной мере учитывающего роль философии в междисциплинарной практике [4, с. 5].

Таким образом, чтобы разрабатывать искусственный интеллект, необходимо предварительно изучать эпистемологию, и мнение специалистов как в гуманитарной, так и в технической сфере подчеркивает невозможность создания ИИ без знания основных законов эпистемологии.

Литература:

1. Даниелян Н.В. Усиление роли «живого знания» при переходе к «обществу знаний»: проект или реальность // Высшее образование в России. 2017. № 3 (210). С. 71–77.
2. Загоскина Н.А. Эпистемология моделирования познавательных способностей человека в науках об искусственном. Дисс. на степень к.ф.н. - Москва, 2007. URL: <http://cheloveknauka.com/epistemologiya-modelirovaniya-poznavatelnyh-sposobnostey-cheloveka-v-naukah-ob-iskusstvennom> (дата обращения: 29.09.2019).
3. Эпистемология сегодня. Идеи, проблемы, дискуссии: монография/ Под ред. чл.-корр. РАН И.Т. Касавина и Н.Н. Ворониной. – Н. Новгород: Изд-во Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского, 2018. – 413 с.
4. Fuller, Steve. The philosophy of science and technology studies. New York: Routledge: Taylor & Francis Group, 2006. 192 p.

УДК 165.12, ББК 60.0

Н.Б. Ломакина
Natalya Lomakina, krisyankin@yandex.ru

Рациональность в «обществе знания»: задачи, перспективы **Rationality in the knowledge society: tasks, prospects**

*Национальный исследовательский университет «Московский институт электронной техники»
National Research University of Electronic Technology*

В докладе рассматриваются роль, задача и перспективы рациональности в «обществе знания», подчеркивается важность философии в условиях новых рисков, приведены основные проблемы, в решении которых человеку поможет рациональность. В «обществе знания» очень велик вес знания научного, а оно зиждется на рациональной обоснованности. При этом научное знание порождает как новые возможности для человека, так и новые риски, предусмотреть и преодолеть которые невозможно без рациональности.

Ключевые слова: «общество знания», рациональность, философия науки, модификация человека, цивилизация рисков.

The report examines the role, task and prospects of rationality in the knowledge society, emphasizes the importance of philosophy in the face of new risks, presents the main problems, solving by rationality. In the knowledge society the weight of scientific knowledge is really great, and it is based on rational validity. At the same time, scientific knowledge generates both new opportunities for man and new risks, which cannot be foreseen and overcome without rationality.

Keywords: knowledge society, rationality, philosophy of science, human modification, risk civilization.

Рациональность – термин, неразрывно связанный с понятием знания, поскольку она является характеристикой знания, однако этим их связь не исчерпывается. Поэтому в «обществе знания», где последнее выступает основной производственной силой, рациональность – очень ценный компонент. Ведь научное знание имеет в этом обществе большой вес, а такой вид знания «предполагает рациональную обоснованность» [1].

Рациональность не возникла в «обществе знания», она известна человеку очень давно. В.А. Лекторский в статье «Рациональность как ценность культуры» очень интересно описал «жизненный путь» этого типа мышления в разные эпохи [1].

Чрезвычайно востребованной и ценной она была в античной культуре и, в частности, в философии, большинство мыслителей считали возможным постижение мира исключительно с помощью разума. Великое порождение рационального способа мышления – римское право, построенное на разумной аргументации в рассмотрении различных общественных вопросов. Однако такой способ мышления применяли только к природным явлениям, не познавая «рукотворный» мир.

Эти установки изменяются в Новое Время, когда противопоставление природного и рукотворного снимают, и познавательную рациональность понимают как выявление тайн природных процессов в результате опыта, как разумное создание нового, не созданного природой, и сама рациональность существует через проективно-конструктивное отношение к миру. Ее начинают осознавать, как способ, позволяющий человеку контролировать окружающую его природную и социальную среду, стать от нее свободным.

В культуре Западной Европы после XVII века был принят крайне утилитарный подход, при котором образцом рационального действия выступало то, где вознаграждение превалирует над издержками – очень «рационализаторски».

В свое время в эти представления внесло коррективы и информационное общество – классические каноны были пересмотрены ввиду кризиса универсалистски-рационалистических научных представлений, границы научной рациональности, претендовавшей на адекватное представление реальности, становятся размытыми. Вместе с ростом количества и скорости информации становится ясно, что подвергнуть ее какому-то серьезному разумному анализу уже не представляется возможным – теперь многое нужно принимать на веру, что порождает «новую непрозрачность» (термин Ю. Хабермаса)². Появляется декларация многообразия рациональностей, как следствие отсутствия возможности объять все увеличивающийся поток информации в едином понятии.

Сейчас, при переходе к «обществу знания», рациональность сталкивается с новыми вызовами и проблемами, а также с новыми задачами, в решении которых она может помочь человеку.

Лекторский озабочен тем, что современное общество пытается «выйти за пределы природных ограничений» [2, с.38]. Человек пытается искусственно (конечно, с оглядкой на законы природы) сконструировать новые субстанции, которые не могут

² Ю. Хабермас «Кризис государства благосостояния и исчерпанность утопической энергии» (1985)

возникнуть естественным путем. Можно с уверенностью сказать, что преобразования коснутся и самого человека – его телесного воплощения и психики. А возможности манипулирования психикой с распространением новых информационных технологий, например, того же интернета, постоянно возрастают, ведь границы между «моим» и «не-моим» становятся все более призрачными. Однако в случае возникновения манипуляций человек, обладающий рациональным мышлением, несомненно, находится в более выгодной позиции нежели тот, кто им не обладает. Также Лекторский подчеркивает обострение таких старых философских проблем, как «проблема отношения реального и кажущегося, а также знания и мнения». Новые информационные технологии уже позволяют «подменять» истинное знание о реальности виртуальным, а значит, в какой-то мере имитировать и саму реальность. Действительно, современные технологии позволяют человеку практически «жить в сети» – работа, досуг, даже личная жизнь у многих переходит в виртуальную плоскость. Со временем человек, поглощенный сетью, может утратить связь с реальностью. Также «развитие современных конвергирующих и социальных технологий заставляет переосмысливать многие старые философские проблемы, например, проблему рациональности» [2, с.46]

Может ли рациональность помочь в решении данных философских вопросов? Думаю, да, потому что именно она позволяет отделить истинное знание от ложного, навязанного, дает алгоритм и критерий поиска реальной, несфабрикованной информации, позволяет различить виртуальное и реальное.

Сам Лекторский видит в ней некоего «освободителя», усматривая в процессе рационализации общества и природы необходимое условие гуманизации, расценивая этическое и культурное положение рационального знания как весьма высокое. «Прогресс науки и ее технических приложений, позволяющий преобразовать природу, подчинить стихийные природные силы человеческому контролю, развитие современного либерально-демократического общества, в рамках которого каждый имеет возможность разумно осознавать и отстаивать свои интересы и учитывать интересы других – все это рассматривается как движение по дороге освобождения, как прогресс в осуществлении свободы» [3, с.4]. В условиях указанного прогресса человек с помощью рациональной критики способен устранить все, что мешает ему в достижении этой свободы, противостоит разумности и ассоциируется с несвободой.

«Рациональность стала истолковываться как возможность контролирования человеком окружающей среды на основе научного знания и тем самым освобождения человека от внешних зависимостей» [2, с.36]. И мы не можем не согласиться с ним, более того – контроль над внешней средой необходим для обеспечения безопасности человека, а это очень важная, базовая потребность.

Рационалистический способ оценивания риска не объясняет его, а дает возможность избежать ущерба, при этом разум учит таким действиям, которые помогут избежать ошибок и справиться с неудачей, а риск выступает скорее как вероятность, то есть можно говорить о контролируемом расширении области рационального действия. Обозначив какое-либо социальное действие как «риск по

сути», человек получает возможность выйти из ситуации с минимальными потерями. Н. Луман утверждает: «Отказ от риска, в особенности в современных условиях означал бы отказ от рациональности. ... Но если намереваешься наблюдать, как наблюдает рационалистическая традиция, тогда необходимо оторваться от свойственной ей понимания проблемы. Надо оставить ей проблемы, но при этом все-таки понимать, что она не может видеть то, чего она не может видеть» [4, с.144]

Однако рассматривать взаимоотношения человека и природы стоит не только с позиции риска, но и в перспективе их взаимодействия и «сотрудничества». Связующим звеном между человеком и природой, инструментом, помогающим понять ее тайны и законы, выступит рациональность, так как именно она дает жизнь науке и различным исследованиям. Н.В. Даниелян отмечает, что «...научное знание рационализирует взаимоотношения общества и природы, рассматриваемых с точки зрения естественнонаучного знания, культуры общества, исследуемой относительно социальных наук» [5, с.91], так как наука в «обществе знания» – это очень важный институт.

Особенно технонаука, характеризующаяся «тесной взаимосвязью фундаментального знания о природе, человеке и обществе и технологических рекомендаций по использованию этого знания для трансформации реальных процессов» [1, с.31]. Этот термин широко используют в междисциплинарных исследованиях для обозначения технологического и социального контекста науки это гибрид теоретического видения с техническим вмешательством, комбинация естественно-научной и технической теорий. В. Г. Горохов называет «технонауку» «новым способом стыковки науки с обществом и политикой». ³ «Детища» этой науки способны коренным образом изменить как окружающий мир, так и самого человека, и работы в этом направлении уже ведутся. Рациональность в этом случае «приобретает тенденцию стать доминирующей силой человеческой жизнедеятельности и способность изменить самого человека», она становится «сверхрациональностью, оттесняющей остальные ценности и способной трансформировать человека в существо иного рода». [1, с.33] И, если заглянуть в будущее, можно выявить два важных момента в таком понимании данного термина.

Во-первых, это момент некоего «слияния» человека и интеллектуальных электронных устройств. Уже сейчас они помогают нам в поиске и обработке информации, обеспечении безопасности и многих иных моментах и делают это с гораздо большей скоростью и эффективностью, чем может человек. Не исключено, что в будущем такие машины смогут навязывать людям определенную линию поведения, тем самым ограничивая свободу их действий, которые базируются на рациональных решениях. Ради обеспечения своей безопасности в «обществе рисков» многие люди охотно на это согласятся. Однако в таком 'сверхрациональном' обществе непременно будут постепенно стираться границы между «моим» и «чужим», между личным и публичным пространством.

³ Горохов В.Г. Технонаука – новый этап в развитии современной науки и техники // Высшее образование в России. 2014. № 11. С. 37-47.

Во-вторых, все более развивается идея модификации телесности человека, чему способствует развитие генной инженерии и нанотехнологий. Посредством них люди пытаются преодолеть ограничения и создать «пост-человека», более совершенного как в плане здоровья и физического развития (ведутся даже разговоры о бессмертии), но и разумности мышления, в частности, речь идет об увеличении объема и скорости обработки информации. Однако существует еще и разумность практических действий, которая базируется на рациональном формулировании и выборе целей, средств и планов для наиболее эффективного их достижения. Такие важные ценности, как любовь, великодушие, сострадание, свобода для «пост-человека» могут оказаться лишними, мешающими достижению цели, так как не обеспечивают коренных потребностей человека – физического выживания, здоровья, долголетия, способности мыслить и общаться. Следовательно, эти ценности могут в будущем быть признаны «не рациональными» и есть риск, что их «выведут из обихода». Даже такая наполняющая существование и культуру смыслом проблема, как смерть, с развитием технологий может потерять смысл.

Нельзя не отметить сложившийся в некоторых кругах негативный имидж рациональности, в частности, и науки в целом в свете «порабощения природы» и современных экологических проблем. В.С. Швырев отмечает, что «мысль о связи деструктивных последствий современной научно-технической цивилизации с исходными установками отношения к миру, лежащими в основе науки, восходящей к Новому времени, в настоящее время в значительной мере стала общим местом критики научной рациональности этого типа» [6, с.11]. С появлением Интернета подобные дискуссии появляются довольно часто, идут горячие обсуждения и споры, но к какому-то определенному выводу исследователям так и не удалось пока прийти.

Все перечисленные моменты, несомненно, служат вызовом для философской науки, заставляющим искать способы осмысления нового «техногенного» мира и ценностей, на которые в нем ориентируется человек. Это крайне важно в условиях существующих рисков, поэтому нынешнее проблемное поле философии – весь мир, преобразующийся наукой и технологиями.

Литература:

1. Лекторский В.А. Рациональность как ценность культуры // Вопросы философии. 2012. № 5. С. 26-34.
2. Лекторский В.А. Рациональность, социальные технологии и судьба человека // Эпистемология и философия науки. 2011. № 3. С. 35-48.
3. Исторические типы рациональности, ответственный редактор В.А. Лекторский. Т.1. М.: ИФРАН, 1995. 350 с.
4. Луман Н. «Понятие риска», перевод к.ф.н. А.Ф.Филиппова // Thesis, 1994, вып.5, С.135-160.
5. Даниелян Н.В. Информационное общество-сетевое общество-«общество знания». М.: ИИУ МГОУ, 2014. 110 с.
6. Швырев В.С. Рациональность как ценность культуры. Традиция и современность. М.: Прогресс-Традиция, 2003. 176 с.

**Подлинность языка и химеричность образа:
к вопросу о параллаксах медийной реальности**
**Authenticity of Language and Chimerical Image:
On the Parallax of Media Reality**

*Самарский государственный технический университет
Samara State Technical University*

Ставится вопрос о структурном параллаксе между языком и медийным образом, о том, как возможно существование субъекта между подлинностью языка и химеричностью образа в мире, который дифференциален, состоя из фрагментов, но никогда не являясь целым. В пространстве самого медийного Образа также возникают онтологические разрывы, параллаксы. Изучается архитектура подлинного и неподлинного в пространстве медиа, что происходит в пространстве разрыва между ноуменальным и феноменальным, прежде всего на уровне трансцендентальных оснований коммуникации. Язык предстает как высшая бытийная инстанция, совместно с образом задающая потенциал коммуникативной свободы.

Ключевые слова: химеры медиа, образ, язык, параллакс

The articles discusses the structural parallax between language and the media image and the existence of a subject between the authenticity of language and the chimerical image of the world around. The latter, never being a whole matter, consists of fragments. In terms of the Media Image, there are also some ontological breaks and parallaxes. It happens at the level of the transcendental foundations of communication. The author analyzes the architectonics of the genuine and the inauthentic in the media space. Language, as the highest instance of being, has the potential of communicative freedom together with the image.

Keywords: media chimeras, image, language, parallax

В данном исследовании мы придерживаемся взгляда на коммуникацию как на «порождение прекрасной видимости, за которой индивид прячется от других, и тем самым, в конечном счете – от себя самого» [2, с.74]. Знаменитое «остановись, мгновенье» И.-В. Гете, в стремлении задержать и продлить прекрасные иллюзии мига счастья, отражает саму архитектуру и трансцендентальную эстетику существования в пространстве медиа. Феноменальная химеричная «видимость», которую создает медиареальность, задает горизонты неподлинного бытия, создавая перед нашим взором фантомы медийного «ничто». Медийный образ – пример той «голой», неприкрытой реальности симулякра, который не отсылает ни к чему иному кроме самое себя. Перед нами на экранах предстает только «цифра», только химерическое мерцание пикселей на мониторе. Не являются ли нам химеры массмедиа «минимальное различие/разрыв» в самой имманентности медийного образа, которое ближе по духу феноменологии Гегеля, чем трансцендентализму Канта? Эта имманентность мерцания цифровых сегментов – единственно возможная свобода в пространстве медиакommunikation. Как замечает Никлас Луман, только в результате разрыва между сторонами коммуникативной интеракции возможна некая «коммуникативная свобода» [2, с.11]. Именно появление эффекта неопределенности загадывает онтологические загадки, задает ситуацию увлекательного «квеста», предоставляет варианты выбора. Полное и однозначное понимание ситуации в некоем ноуменальном измерении делало бы ее ситуацией немыслящего автомата. Если бы субъект получил возможность в полной мере уйти на ноуменальный уровень, став агентом космической

справедливости, это полностью лишило бы его свободы. Поэтому то и обладает особым смыслом позиционирование сознания в мире медиа. Трудно не согласиться со Сл.Жижек, который пишет, что наша свобода существует только в пространстве между феноменальным и ноуменальным [1, с.31]. Как гласит индуистская махавакья из Чхандогья-упанишады» 6.8.7, «Тат твам аси», в русском - «то ты еси». Так жизнь означает промежуточное мезобытие между феноменальным и ноуменальным, между искрой индивидуального сознания и высшей реальностью Брахмана. В нашем случае подлинной высшей реальностью является именно язык. Мы есть То, мы есть Язык. Мы впадаем в заблуждение, приватизируя языковые практики, Язык не инструмент, но высшая инстанция, задающая горизонт нашего бытия

Таким образом, подлинное, глубинное, настоящее противостоит не-подлинному, поверхностному, химерическому. Однако семиотика «двоичности» (Ч.С.Пирс) недостаточна для изучения медиальных процессов, различие подлинного и неподлинного происходит через культуру как Событие. Тем не менее, борьба подлинного и неподлинного всегда будет оставаться базовой оппозицией при семиотическом анализе медиакommunikаций.

Литература:

1. Жижек, С. Устройство разрыва. Параллаксное видение. М. : Европа, 2008. 516 с.
2. Луман Н. Реальность массмедиа. М.: Практикс, 2005. 256 с.
3. Лунгина Д.А. Учение о культуре у Канта и Гегеля // Вопросы философии. 2010. № 1. С. 153-165

УДК 323:212, ББК 60.500.2

О.А. Игнатьева, А.В. Плетнев
Olga Ignatjeva, Alexander Pletnev
olga7919@mail.ru, venger.vin@rambler.ru

Сверхновые тренды цифрового управления Supernova Digital Public Governance Trends

*Санкт-Петербургский государственный университет
St Petersburg State University*

Данная работа представляет собой анализ возможностей использования существующих достижений в области дигитализации в сфере государственного управления. Такие системы как CRM, EDI, Blockchain берут свое начало в глубинах бизнеса, в повседневной деятельности крупных транснациональных корпораций. Однако они несомненно могут способствовать повышению эффективности государственного управления, выстраиванию долгосрочных отношений с гражданским обществом. Авторы данной статьи пытаются указать пути, которые будут способствовать имплементации данных продуктов в государственной сфере, в сфере цифрового публичного управления.

Ключевые слова: виртуализация, цифровое публичное управление, государственное управление, блокчейн, CRM, EDI, Salesforce

This work is an analysis of the possibilities of using existing achievements in the field of digitalization in public administration. Systems such as CRM, EDI, Blockchain originate in the depths of the business, in the daily activities of large multinational corporations. However, they can undoubtedly contribute to improving the efficiency of public administration, building long-term relations with civil society. The authors of this article try to indicate the ways that will facilitate the implementation of these products in the public sphere, in the field of digital public administration.

Keywords: Virtualization, Digital Public Governance, Transnational Corporations, Public Governance, Blockchain, CRM, EDI, Salesforce

Новейшими тенденциями в ТНК являются активное применение программных решений, таких как блокчейн, Salesforce и EDI. Эти технологии интересуют нас в связи с возможностью их использования в сфере цифровизации государственного управления. Наибольшего синергетического результата здесь можно достичь, если интегрировать платформы blockchain и Salesforce в единое программное решение. Это позволит объединить возможности перемещения документов и коммуникации с внешней средой, что обеспечивает Salesforce, с возможностью объективной оценки политических решений, которые могут быть реализованы на основе блокчейна.

Все существующие на институциональном и технологическом уровне механизмы привлечения рядовых граждан к принятию политических решений имеют один общий недостаток-они привлекают граждан, являющихся носителями значительного формального или неформального статуса. Даже в приложении "Активный гражданин", разработанном правительством Москвы с использованием технологии блокчейн, для инициирования голосования необходимо набрать определенное количество баллов [1, с. 94]. Таким образом, внедрение технологии блокчейн в данном проекте обеспечивает справедливость голосования, но не равенство доступа людей к возможности влиять на принятие политических решений.

Устранению институциональных фильтров, которые являются реальным препятствием для участия отдельных лиц в принятии политических решений, может способствовать технология, в рамках которой будут оцениваться только сами политические инициативы, без учета статуса автора. В этом случае технология blockchain обеспечивает свободную конкуренцию для идей, а не для отдельных лиц. Это может стать основой для постепенного внедрения прямой электронной демократии, когда люди не делегируют принятие решений избранному представителю, а принимают решения напрямую.

Использование блокчейн-интегрированной с Salesforce технологии может дать преимущество обычным людям в законотворческом процессе. Прием предложений и обращений граждан государственными органами будет во многом аналогичен документообороту в ТНК. С помощью этой комплексной платформы можно будет усилиями отдельных лиц или групп разработать типовые законы. После положительного голосования с использованием блокчейна проект модельного закона может быть направлен в федеральное или региональное Законодательное собрание. Реализация этой инициативы позволит преодолеть чувство изоляции населения от законотворческого процесса.

EDI не может также широко использоваться в качестве CRM или интегрированной CRM и блокчейн-платформы, но этот программный продукт также может быть полезен, например, в области аудита государственной деятельности. "До тех пор, пока требования к аудиту согласуются с электронными транзакциями, технология EDI представляет собой важное решение." [2] В долгосрочной перспективе инициативы в области внедрения EDI в государственный сектор будут способствовать интересам большинства, а не решению проблем отдельных лиц.

EDI может также использоваться органами власти при выставлении счетов третьим лицам, участвующим в предоставлении государственных услуг, и при оплате этих счетов. Выставление счетов и оплата счетов-фактур может происходить одновременно. Также эти действия могут быть проверены заинтересованными лицами как внутри государственного органа, так и вне его, благодаря использованию технологии EDI.

Аудит деятельности государственных и местных органов власти с использованием EDI будет способствовать разработке новых способов оценки их эффективности со стороны широкой общественности (представителей гражданского общества, НПО, экспертов и бизнес-единиц) [3], а следовательно, воплощению идей концепции управления и сетевого менеджмента в практику.

Описанные перспективы интеграции и способы использования технологий blockchain, Salesforce и EDI являются существенными для теории виртуализации. Они являются практической иллюстрацией дальнейшего развития теории виртуализации, которая пойдет по пути объединения все более виртуализированной реальности и виртуальных процессов, воспринимаемых как все более реальные. В этом случае теоретическая метафора "виртуализации", используемая для описания состояния общества, вместо обозначения распространения "нереального", будет обозначать качественно новое состояние общества.

Одной из характеристик этого государства будет более равный доступ [4, с. 324] субъектов к политическим и экономическим институтам. Рассмотренные возможности использования Salesforce подтверждают это, а также иллюстрируют постепенное заимствование решений сферой государственного управления из корпоративной сферы. В будущем само государство станет как бы виртуальной корпорацией, имеющей менее формальные фильтры для общения с простыми людьми.

Что касается блокчейна, то сама структура этой технологии очень похожа на структуру межиндивидуального взаимодействия с точки зрения идеографической социологии. Возможности интеграции технологий блокчейн и Salesforce, описанные в данной статье, использование EDI в системе государственного управления, а также их связь с теорией виртуализации, имеют характеристики научной новизны, представляют большой интерес как для социологической теории, так и для практики управления, и поэтому нуждаются в дальнейшем эмпирическом изучении и теоретическом осмыслении.

Литература:

1. Л. В. Сморгунюв Л. Блокчейн как институт процедурной справедливости // Полис. 2018. # 5. С. 88-89. (2018).
2. Is there a place for EDI in the Public Sector? <https://transformgov.org/articles/there-place-edi-public-sector>
3. Оценка программ: Методология и практика / Под ред. А.И. Кузьмина, Р.О'Салливан, Н.А. Кошелевой. Москва: Престо-ПК, 2009. 396 с.
4. Schneider, N.: An Internet of ownership: Democratic design for the online economy // The Sociological Review Monographs. 2018. Vol. 66. No. 2. P. 320–340. DOI: <https://doi.org/10.1177/0038026118758533>

**Методологическая коммуникация как междисциплинарный симбиоз
(на примере экзистенциально-феноменологической традиции
в философии и психиатрии)***
**Methodological Communication as Interdisciplinary Symbiosis (through the Examples
of Existential-Phenomenological Tradition in Philosophy and Psychiatry)**

*Санкт-Петербургский государственный университет
St. Petersburg State University*

Исследуется творческое переосмысление основных сюжетов феноменологической и экзистенциальной философии в рамках психологии и психиатрии. Проблематизируются связи онтологии и антропологии как интегральной особенности экзистенциально-феноменологической традиции. На примере анализа понятий «опыт сознания», «очевидность», «тело», «бытие-в-мире», «бытие-с-другим» исследуется творческая коммуникация представителей философской теории и представителей психологической практики.

Ключевые слова: феноменология, экзистенциализм, феноменологическая психиатрия, экзистенциальный анализ, бытие-в-мире, бытие-с-другим, очевидность, тело, опыт сознания.

We study creative rethinking of the main subjects in phenomenological and existential philosophy within the frame of psychology and psychiatry. The connections between ontology and anthropology as an integral characteristic of existential and phenomenological tradition is put into question. Analyzing the concepts of “experience of consciousness”, “obviousness”, “body”, “being-in-world”, “being-with-Other”, we consider creative communication of the representatives of philosophical theory with the ones of psychological practice.

Keywords: phenomenology, existentialism, phenomenological psychiatry, existential analysis, being-in-world, being-with-Other, obviousness, body, experience of consciousness.

В начале XX в. область философских исследований начала искать плодотворные точки соприкосновения с областью психиатрической практики, что нашло выражение как в совместных исследованиях философов и психиатров, так и в их взаимно обогащающем общении [см. 1]. Примерами междисциплинарных исследований, в которых умозрительные положения применяются в клинической практике, являются семинары Хайдеггера в швейцарском Цолликоне, исследование Р. Лэйна и Д. Купера «Разум и насилие: десятилетие творчества Сартра» (с предисловием главного героя), перевод работ Л. Бинсвангера молодым М. Фуко. Посредством личных связей и заочных влияний складывается стратегия экзистенциальной и феноменологической психиатрии, в рамках основные принципы феноменологической философии и экзистенциализма осмысляются в клиническом пространстве реального взаимодействия с опытом душевной болезни.

Благодаря применению в психиатрии характерной для гуманитарных наук методологии, краеугольным камнем развившейся доктрины является положение о том, что внимание врача сосредоточивается на человеке, а не на его болезни, на бережном отношении к пациенту [2, с. 25]. В этом — концептуальное ядро гуманистического направления в психологии и психиатрии (Р. Мэй, В. Франкл, Э. Ялом и др.)

* Работа подготовлена в рамках проекта РФФИ (ОГОН) 17-33-01064 «Сравнительный концептуальный анализ развития экзистенциально-феноменологической традиции в психиатрии и психологии».

Интересно проследить, каким образом теоретические установки Э. Гуссерля, М. Хайдеггера, М. Мерло-Понти, а также философов из кружка мюнхенских феноменологов (в частности, М. Шелера) реализовывались в указанном клинически-прагматическом аспекте. Большую роль в этом играло обоснование аксиологических, этических, антропологических положений, отказ от присущей классической феноменологии дескриптивности. Такие понятия, как «опыт сознания», «очевидность», «тело», «бытие-в-мире», «бытие-с-другим» наполнились конкретным эмпирическим смыслом. «Возвращение к вещам» позволило разработать комплексную программу исследований, имевшую своей целью постижение подлинного опыта живого человека, а не абстрактного объекта психиатрической науки.

Примером такого подхода является случай осмысления Dasein-анализа М. Хайдеггера психиатрами. Хайдеггеровское вот-бытие, представленное как явленность бытия, в работе психиатров рассматривается в качестве бытийного жеста, особого действия, граничащего с умением быть [3, с. 239]. Такое умение никогда не дается потенциально, и его реализация в экзистенциальном анализе интерпретируется поэтому в контексте выявления стратегий особого *автопоэтического* (или *самосозидательного*) отношения человека к себе. Подобная творческая установка человека-демиурга к своему внутреннему содержанию способствует его достижению свободы.

Литература:

1. Власова О. А. Феноменологическая психиатрия и экзистенциальный анализ: История, мыслители, проблемы. М.: Издательский дом «Территория будущего», 2010.
2. Косилова Е. В. Психиатрия: опыт философского анализа. М.: Проспект, 2014
3. Хайдеггер М. Цолликоновские семинары / Пер. с нем. яз. И. Глуховой. Вильнюс, ЕГУ, 2012.

УДК 1:3+304.2, ББК 87.66

Е.В. Папченко

Elena Papchenko, evpapchenko@sfnu.ru

Противоречия и технологические риски в информационном обществе Contradictions and technological risks in the information society

*Южный федеральный университет
Southern Federal University*

В работе проведен философский анализ противоречий и вызовов в информационном обществе. Оценивая результат экспансии техногенной цивилизации, отмечается, что современный этап развития человечества обуславливает его ответственность за свое будущее, показывает удивительно тонкую грань, отделяющую человека от дальнейших процессов его технологического преобразования. Обосновывается мысль о том, что последствия этого могут быть разные. Все это позволяет автору сделать вывод о необходимости изучения данной проблематики в фокусе оцифровки жизни.

Ключевые слова: информационное общество, технологические риски, вызовы, цифровизация, кибернетическая революция, киборгизация.

The work provides a philosophical analysis of contradictions and challenges in the information society. Assessing the result of the expansion of technological civilization, it is noticed that the modern stage of human development determines its responsibility for its future, shows a fine line that separates a person from further processes of its technological transformation. The idea that the consequences of this may be different is substantiated. It allows the author to conclude that it is necessary to study this issue in the focus of digitizing life.

Keywords: Information society, technological risks, challenges, digitalization, cybernetic revolution, cyborgization.

Цифровая революция является движущей силой изменений миропорядка в XXI в. Подчеркивая этот момент, А.И. Ракитов говорит о том, что «два первоначально изолированных процесса – создание быстродействующих вычислительных машин и глобальных сетей для скоростной передачи информации на любые расстояния слились в единый процесс, обусловивший возникновение современного цифрового мира» [1]. Вопрос о влиянии развития техники на человека, его биологическую составляющую, на его ценностные ориентации, на качество среды обитания человека ставился и ранее. Оценивая результат экспансии техногенной цивилизации, современный российский философ В.С. Степин в работе «Перелом в цивилизационном развитии. Точки роста новых ценностей» заметил, что издержками техногенной цивилизации являются антропологический и экологический кризис, постоянно набирающие обороты процессы отчуждения, обновляющийся арсенал средств массового уничтожения [2].

Современный этап развития человечества обуславливает его ответственность за свое будущее, показывает удивительно тонкую грань, отделяющую человека от дальнейших процессов его технологического преобразования. Последствия этого могут быть разные, и они зависят от ряда условий. В связи с чем, возникают сложные и противоречивые отношения, в частности, между процессами цифровизации и глобализации, поскольку «мир электронной культуры всемерно способствует глобализационным процессам, инициированным различными другими причинами – политическими, макроэкономическими, военными, финансово-экономическими и т.д.» [3]. Такая ситуация порождает необходимость изучения любого явления, процесса или отдельного феномена в фокусе глобализации и оцифровки жизни, поскольку «процессы глобализации осуществляются в недрах 4-й НТР и сопрягаются с цифро-сетевой революцией», которая и является «вектором и движущей силой радикальных изменений в XXI в. Именно они формируют совершенно новую картину общества и миропорядка» [4]. Все это требует осмысления и минимизации возникающих проблем: опасности попасть в довольно сильную зависимость от технологических систем; передаче большей части умственной работы техническим системам, которая приведет к снижению когнитивных способностей человека; изменениям в профессиональной структуре и компетенциях; киборгизации человека за счет развития биомедицинских технологий [5].

Литература:

1. А.И. Ракитов. Человек в оцифрованном мире // Философские науки. 2016. №6 С. 32-46.
2. В.С. Степин. Перелом в цивилизационном развитии. Точки роста новых ценностей // Глобальное будущее 2045. Конвергентные технологии (НБИКС) и трансгуманистическая эволюция / Под ред. проф. Д.И. Дубровского. М., 2013.
3. Х.Э. Мариносян. Электронная цивилизация как глобальная перспектива // Философские науки. 2016. №6 С. 6-31.
4. А.О. Лапшин. Глобализация и цифровое общество: заметки на полях // Власть. 2019. №1. С. 63-68.
5. Л.Е. Гринин, А.Л. Гринин. Грядущая технологическая революция и глобальные риски // Век глобализации. 2016. №4. С. 40-58.

**О некоторых аспектах нравственных отношений
в эпоху информационного общества**
On some aspects of moral relations in the age of the information society

Кемеровский государственный университет
Кемеровский государственный медицинский университет
Kemerovo state university
Kemerovo state medical university

Рассматривается проблема нравственных отношений в современном информационном обществе. Подчеркивается, что современный человек вынужден жить в эпоху максимального «отехничивания» информации, а отсюда в эпоху все большей подмены подлинного, естественно-непосредственного общения личностного плана сугубо техническим общением.

Ключевые слова: информационное общество, научно-технический прогресс, нравственные отношения, бытие личности, обезличенность.

The problem of moral relations in the modern information society is considered. It is emphasized that modern man is forced to live in the era of maximum "technical" information, and hence in the era of increasing substitution of genuine, natural-direct communication with the personal existence of man, communication purely Technical.

Key words: information society, scientific and technological progress, moral relations, being a person, impersonality.

В разные эпохи нравственные отношения (даже тогда, когда они современниками не осознаются в качестве ведущих) всегда играют значительную роль, принимая самые различные формы и выступая в самых различных вариантах. К концу XIX в. и века XX – времени с определяющим фактором научно-технического развития – характерно было осознание глубокого различия между научно-техническим и нравственным прогрессом (если последний вообще тогда был). Об этом говорили, например, русские иррационалисты (Л. Шестов и Н. Бердяев) [1], констатировал этот социальный феномен Э. Фромм и многие другие мыслители различных социально-философских воззрений. Здесь упомянутый разрыв не только фиксировался, но и осознавался как угрожающий симптом болезни современного человеческого бытия в целом.

Подобный философский пессимизм имел реальные основания и подтверждался самой практикой общественного существования. Реалии и последствия Первой и Второй мировых войн – наглядное тому подтверждение.

С другой стороны, уже тогда обозначилась проблема – проблема нравственных отношений в контексте научно-технического прогресса – в еще одном из вариантов своего существования – в фиксации потери своего «Я», в утрате личностного бытия в сопряжении с существованием бытия «Другого» [2]. Человеческий мир стал мыслиться, существовать не только в распаде «связи времен», но и в потере подлинной человеческой коммуникации. Это фиксировалось в искусстве (Ф. Кафка, Ф. Феллини и др.), философии (К. Ясперс). Явно обозначалась проблема поисков утраченных связей как межличностного порядка, так и порядка надындивидуального глобального характера.

На сегодняшний день научно-технический прогресс давно вошел в свою информационную фазу развития. На этой стадии не только не снялись предыдущие парадоксы его бытия в контексте нравственных отношений, но и приобрели наиболее

острые формы своего существования. Теперь вряд ли кто-либо будет отрицать наличие глубокого, все увеличивающегося разрыва между развитием науки и техники, с одной стороны, и нравственности – с другой. Более того, сегодня вряд ли кто не заметит появление и функционирование новых форм этого парадокса.

Живя в многомерном и крайне многообразном информационном пространстве современный человек не всегда ощущает на себе воздействие его, так сказать, интеллектуально - радиоактивного поля, которое охватывает все стороны бытия личности сегодня. От глобально - социальных процессов – до самых интимных. Человек воспринимает воздействие этого поля как норму своего существования, в значительной степени, не осознавая последствий этого воздействия. И первое из них – все усиливающаяся тенденция обезличивания человеческого бытия с одной стороны, и, на этом фоне, потеря нравственных традиционных устоев – с другой.

Мораль всегда предполагает осознание человеческих связей в обществе в целом и самих нравственных отношений в частности. Отсюда предполагает наличие саморефлексии личностного бытия. Но вот именно это крайне трудно осуществимо в сложных перипетиях нынешнего информационного существования. Дело в том, что современный человек вынужден жить в эпоху максимального «отехничивания» информации, а отсюда – в эпоху все большей подмены подлинного, естественно-непосредственного общения с личностным существованием человека общением сугубо техническим. Как ни странно, это и является одним из следствий самого технического прогресса.

В свое время Э. Фромм [3] писал о потере, так сказать, контакта между воюющими сторонами в период Второй мировой войны. Он говорил о том, что английские и американские летчики, бомбардируя германские города, были максимально удалены от сущности выполняемого действия. Они просто нажимали на кнопку – и бомбы сыпались, тогда, как в предыдущую войну летчики воюющих сторон между собой сражались как на дуэли. Таким образом, уже более семидесяти лет тому назад складывался процесс «снятия реальности» в сознании человека техническим способом. Сегодня мы живем в эпоху завершения этого процесса «снятия». Человеческое бытие в целом все более становится надындивидуальным, все более обезличивается, а поэтому все более стремится к выходу в состояние, которое в свое время отметил Ф. Ницше: «По ту сторону добра и зла» [4].

Литература:

1. Бердяев Н. О рабстве и свободе человека (Опыт персоналистической философии) – Париж.: YMCA-PRESS, 1939
2. Жукова О.И., Жуков В.Д. Кризис идентичности как нормообразующее становление личности. // Вестник Кемеровского государственного университета культуры и искусств. – 2014. №29-1.
3. Фромм Э. Анатомия человеческой деструктивности. – М.: Республика, 1994
4. Ницше Ф. По ту сторону добра и зла. – М.: Издательство АСТ, 2018

Quantum of Power and Superhuman Body*University of Trento*

The cosmos may well be perceived as chiefly power respecting its unfathomable vastness and amount of energy, and under this form referred to the cyclic model and its self-referentiality. The levels of power to therein inhere are accordingly meant to be subject to a drastic, whirling variation. These can be quantified according to single physical-metaphysical criteria propounded as *Quanta of Power*. Their imperceptible value is deemed to define the level of actual ontological power to be found in each relevant event, nature or situation: The more the presence of Quanta of Power, the more the capability of power found intrinsic to such an event, nature or situation. While at nonhuman level they focalize in the Big Bang and the Big Crunch in causing one another (and in thus proving, conceptually, one cosmic entity), respecting the anthropic principle the process at issue reaches its crowning moment in an ultimate superhuman frame.

Keywords: cosmos, superhuman, quantum of power

1. The Physical Real as Quanta of Power: An Introduction

About matters invisible the gods possess clear knowledge.

Alcmaeon

In my *Condition of Power-Ontology and Anthropology beyond Nietzsche*,⁴ one of my principal endeavours has been aimed to the introduction, under the form of novelty of both proposal and conception, of what in the end I thought proper to define as *Quantum of Power*. This notion has been set forth as an imperceptible, physical-metaphysical value (to which the Leibnizian *monad* may be to some extent comparable⁵) determining the level of actual ontological power within a given circumstance, nature or condition. The more the presence of Quanta of Power, the more the capability of power found intrinsic to such a circumstance, nature or condition. In general terms, to be further illustrated, the maximum amount of these quanta are at once to be found in the nonhuman as *Real*, or, in more pronounced metaphysical terms, as *Being*, as Unity or Polarity of Power⁶ and in the superhuman as consistent with the character of the antithetical Overman, whereas, respecting a dialectical opposition, in man's own limited existential situation their presence is deemed to be either minimal or irrelevant. It is accordingly maintained that the mutable ontological-physical capability of power entailed in the vastness of the cosmos itself (for the latter requires the former, with reference to its character of immensity proper) comes accounted for by these presences precisely, as further referred to the same dark energy in the first place, and dark matter in the second, as at present generally accustomed in regarding the composition of its own peculiar status.⁷ Thus most non-uniformly expressed, the physical Real is deemed to be in itself a matter of quantification in these very terms precisely, which are to otherwise signify no embodiment of particles, as we may perceive under the form of either atomic nuclei, or electrons, or quarks, or carrier forces, or other scientific criteria of like character.⁸ These propounded quanta cannot hence by no manner of means be detected through actual observation, and to regard them accordingly would be quite misleading. In a manner altogether akin to the intangibility of the *essences* (Greek οὐσία, Latin

⁴ Hermes Varini, Op. Cit., Chapter one.

⁵ As is known, in Leibniz's metaphysics the monads are conceived as single substances composing the material universe. In making up the latter, they are deemed to be dynamic and inseparable, with no causal relation existing among each other, and under this form wanting in spatial extension according to a preestablished universal harmony. *The Monadology* in Gottfried Wilhelm Leibniz, *The monadology and other philosophical writings*, Oxford University Press, 1965.

⁶ Unity of power entails polarity as embodied by two reflecting halves. H. Varini, *Condition of Power: Ontology and Anthropology beyond Nietzsche*, Amazon Kindle Direct Publishing, 2015. Chapter two. A similar conception surfaces, as a denouement, in my Historical novel *The Great Adversary*. H. Varini, *The Great Adversary*, Lit Verlag, 2007.

⁷ It is held that the universe undergoes recurring phases with different physical properties. P. J. Steinhardt, N. Turok, *Endless Universe-Beyond the Big Bang*, Phoenix, 2007.

⁸ This latter concept refers to the known table of elementary particles. P. Steinhardt, N. Turok, *Endless Universe-Beyond the Big Bang*, Phoenix, 2007. Chapter four.

Essentiae) of the Greek and Scholastic tradition, they prove to be relevant *as signifying a metaphysical yet utterly tangible power* within a most fiery setting as exemplified in myriads of cosmological entities as thus defying any computation, with their very character lying still, under the form of *quantification in a single value precisely*,⁹ within each these latter. Still by way of introduction, we may attempt at further dilating upon the matter of their own singularity, by regarding them as single focalizations, and indeed vehicles, altogether independent from one another,¹⁰ and as referring, even, to the very nature of Being itself in a Heideggerian perspective, *although a most positive, vigorous, and assertive one*.¹¹ They are to be thus effective within a context where the criterion *power* stands as a beacon, that is, as a chief ontological point of reference, fulcrum and constant,¹² and yet undergoing so drastic a variation as to produce the paradox of the present limited human status.¹³ As for the latter, the following leading traits has been hitherto intuitively defined:¹⁴

1. Irreversible action of time on the entity, hence on the human (whether internally or as an external agent)
2. Intrinsic limitedness of the hitherto known structure of matter and energy, as related to the entity (i.e. corruptibility, in the Aristotelian sense, of the hitherto known physicality)¹⁵
3. Substantial randomness of events as related to the entity (independence of phenomena of one another)¹⁶

By contrast, respecting the antithetically defined superiority of the actual Overman as referred to the principle of limitlessness as dialectically set forth, *hence as an infinite human superiority precisely*, this signifies no instance at all. For an intrinsic status of opposed human power entails an utter want of impotence, and the converse, in the terms chiefly consistent with the aforesaid basic points. Whereas, in fact, the irrelevant, or otherwise total absence of quanta results, imperceptibly, in whatever absence ontological power, that is, as reflected in whatever limitation and misery the present human situation is to experience, including intrinsic chaos, indeterminacy, complexity, instability, precarity, contingency, and more in detail, general absence of proportions and harmony in the frame of body,¹⁷ disease, aging and death, these latter traits to embody an ultimate ontological defeat in themselves, the necessity of a dialectical antithesis to be found intrinsic within both the human (as divided into human and actual ontological superhuman precisely) and the fathomless vastness of the universe to contain it with reference to the anthropic principle¹⁸) both lie alongside the aforesaid view. Indeed, it is in no manner possible to convey to the mind of the reader a more appropriate conception touching this essential superiority if not, as suggested, in the terms of *physical immortality*,¹⁹ as further associated with an intrinsic want of either chaos or indeterminacy as to matter and energy under the modality presently found, at a subatomic level, within the status of the universe.²⁰ In this light again, the Quanta of Power are meant to embody a most subtle physical-metaphysical role as entities whose existence is by all

⁹ H. Varini, *Condition of Power: Ontology and Anthropology beyond Nietzsche*, Amazon Kindle Direct Publishing, 2015. Chapter one.

¹⁰ See note 2.

¹¹ Inasmuch as physically perceived as being *de facto* one with the hideous, beyond comprehension indeed, amount of energy to inhere within the vastness of the universe, Being (as Power, precisely) is herein propounded under a garb most distant from the Heideggerian one of “nothingness” (*Nichts*), and of “elusive abyss” (*Abgrund*). M. Heidegger *Being and Time*, SCM Press, 1962.

¹² H. Varini, *Condition of Power: Ontology and Anthropology beyond Nietzsche*, Amazon Kindle Direct Publishing, 2015. Chapter one.

¹³ *Ibid.* Chapter two.

¹⁴ *Ibid.*

¹⁵ Still with reference to Aristotle, through the decisive mediation of Averroes, the limitedness of the entity, and the relevant functions of generation and corruption in a spatiotemporal context are exclusive to matter. Siger of Brabant, *Quaestiones in Tertium De Anima*, Quaestio V.

¹⁶ The analogy reads: “The world is independent of my will”, Proposition 6.373 in L. Wittgenstein, *Tractatus Logico-Philosophicus*, Taylor & Francis, 2002.

¹⁷ Of this rather ontologically obscure trait so peculiar to the present human, the Greeks, more especially, but also the Assyrians before them, and later the Romans, were all aware, in their creating statues and low reliefs of gods and persons of substance with ideal proportions.

¹⁸ P. Steinhardt, N. Turok, *Endless Universe-Beyond the Big Bang*, Phoenix, 2007. Glossary.

¹⁹ H. Varini, *Beyond Nietzsche: The Dialectical Overhuman and its Evidence in the Myth*, *Философия И Гуманитарные Науки В Информационном Обществе*, n. 2, c. 12-24, 2018.

²⁰ P. J. Steinhardt, N. Turok, *Endless Universe-Beyond the Big Bang*, Phoenix, 2007. Chapter seven and ten.

means conceptually admissible, and indeed necessary, once we admit the possibility that the physical Real, respecting its unfathomable vastness, and hence mutability, *signifies a variable quantity of ontological power in itself*, a trait to accordingly make itself manifest in most different single values of focalization, and as thus reaching, at a human level, its extremes into two well-defined antithetical human statuses respectively: one perfectly realized as a very focus within a most gleaming energy, the other as exemplified, with a certain ontological obscurity, and indeed dreariness, in the countless limitations of the present human character.²¹ Their giving no signs of any actual positive activity may be further imagined as a limitless cloud, dismal and dense, hanging between the latter, and the fiery attainment of *a dialectically-defined, yet necessarily selective unparalleled ontological power*,²² under this garb referred to their full presence, or else manifestation, as well as to the physical in the first place (since, from an immanent perspective, everything in principle is to originate from it²³). By thus bearing a substantive significance as to the intrinsic nature of the universe precisely, to be again propounded under a form cyclical inasmuch as dialectical, and self-potentiating,²⁴ these most intangible points of positive focalization are deemed to indicate, also, the very mediation, unavoidable indeed (for, again, *the metaphysical is to complete the physical*) between the intangible yet most potent presence of Being (as Power, precisely), and the otherwise most tangible and energetic material aspect of the world, both dimensionally considered, and as fully expressed at a human level in two reflecting halves, the actual superhuman and man, the latter as ontologically dependent upon the former).²⁵ In leading this first part to a conclusion, with regard to a proposal which is meant to remain at any rate bound to ontology and metaphysics in the first place, and to cosmology and materiality in the second, it is perhaps worth stressing again that their possible recognition is to exceed at the very root the limits of knowledge as inevitably imposed by the mere empirical givenness of a phenomenon, which, according to whatsoever scientific criteria to be from time to time employed,²⁶ remain bound to an exterior description alone, thus utterly at a loss to penetrate, or at least visit whatsoever ultimate meaning to be in turn inevitably dealt with. Upon the whole, and by regarding Metaphysics in its noblest and purest significance, hence either Greek or Medieval in character, as till having a leading, indeed essential role as to any possible inquiry, we may for a moment further dwell upon *the very duality*, itself a metaphysical one, so exemplarily found in Zoroastrianism,²⁷ Mazdeism, and Roman Mithraism, by its imposing an eternal contrast, and indeed confrontation, if not plain fight, between the forces of the Good, and the ones, *equally necessary and unavoidable in dialectical terms*, of what we are generally accustomed in recognizing as the Evil. As this very dualism is in the end to center, very symbolically indeed, yet not exclusively so, *upon the conceptions of Light and Darkness respectively*, the most intangible presence of these quanta may well be further associated with both these latter, either materially exemplified in the formidable brightness of abysmal *quasars* standing at the very edge of the Real, or in the so termed *dark energy* or *dark matter* as an indication of the prevailing scenario in the present status of the universe.²⁸ As for this scenario, in now full accord with the words of Homer, and with his immortal, prophetic genius,²⁹ the Dark may well be

²¹ H. Varini, *Condition of Power: Ontology and Anthropology beyond Nietzsche*, Amazon Kindle Direct Publishing, 2015. Chapter nine.

²² H. Varini, *Return of Power: Theory of a Cosmic Bridge to the Dialectical Overhuman*, Collected Papers of the 6th Philosophy and Culture of the Information Society International Conference, Saint Petersburg State University of Aerospace Instrumentation, 2018.

²³ As observed by Gilles Deleuze and Felix Guattari, the *plane of immanence* proves altogether essential and chief in respect to a truly effective ontological theorizing. G. Deleuze, F. Guattari, *What Is Philosophy*, Columbia University Press, 1994. This is, of course, to be even more exemplarily found in Spinoza's own philosophical turn of mind. Benedict de Spinoza, *Ethics*, Penguin Classics, 1994. Part I.

²⁴ H. Varini, *Return of Power: Theory of a Cosmic Bridge to the Dialectical Overhuman*, Collected Papers of the 6th Philosophy and Culture of the Information Society International Conference, Saint Petersburg State University of Aerospace Instrumentation, 2018.

²⁵ H. Varini, *Condition of Power: Ontology and Anthropology beyond Nietzsche*, Amazon Kindle Direct Publishing, 2015. Chapter nine.

²⁶ As is known, these criteria are by no means gnoseologically much less metaphysically infallible. K. Popper, *The Logic of Scientific Discovery*, Routledge, 1959.

²⁷ J. Rose, *Zoroastrianism: An Introduction*, I.B. Tauris, 2010.

²⁸ J. Hogan, *Unseen Universe: Welcome to the dark side*, Nature, 448, 2007. P. J. E. Peebles, B. Ratra, *The cosmological constant and dark energy*, Reviews of Modern Physics, 75 (2), 2003.

²⁹ The conception touching the dark as an actual substance can be found in early Greek thought, and in Homer more especially under the solemn form of "sacred obscurity" (*κνέφας ἱερὸν*). Subsequently Socrates and Plato looked upon it as a mere "absence of light," and thus it has been inherited by the Christian tradition. Homer, *Iliad*, Book VXII, 454-455.

regarded as itself *a substance*, or in other respects a very character empirically holding an almost limitless dominion over the cosmos, and wearing accordingly a quintessential aspect of verity, as in fact at once confirmed by the givenness in a clear night sky. Meantime, however, the Quanta of Power would still be present, each embodying an independent fiery agency, in a most energetic, hidden, or in other respects *ghostly* mode.

2. Blending into an Ultimate Frame

Titan, and the ether, binding everything in a circle.

Empedocles

Their own existence conferred upon them by the aforesaid premises, the Quanta of Power are thus to be perceived as embodying single capacities, as well as *constant values* touching the *physical-metaphysical* aspect of the whole Real under the peculiar garb of a recurring multiverse,³⁰ the latter to follow a cyclical pattern, and to be accordingly devoid of any beginning or end as *de facto* two faces of the same medal, that is, to be utterly foreign to whatsoever creation from nothingness or ultimate end, or else annihilation, in its otherwise setting a dialectical and most self-referential phenomenology.³¹ In stark metaphysical terms, this may well be looked upon as dealing with the same very character of the entity, *in its being able to be identical-to-itself, and hence to exist under the form it precisely does, only if it is not to meet with any infinite dispersion, or else self-negation*, as it is otherwise the case in the view of an open universe, which, accordingly, although widely accepted, yet is herein seen as a rival, as well as, *still in an ontic perspective*, a misleading and contradictory one. For the entity in general, and *the cosmic entity* more especially, in its proving evidently the most comprehensive, *must close on itself in order to be such*, as indeed Greek wisdom, and Stoic in particular, perfectly understood with reference to a final, self-returning ἐκπύρωσις (literally, a cyclical, purifying conflagration “*from out the fire*”). In other terms, the actual character of the physical Real *is to at length focus upon a very unity*, these propounded quanta still imperceptibly concentrating therein accordingly, in a manner so ultimate as to encounter no ontic dispersal whatsoever, as referred to a cosmological scenario foreign to any boundary whatsoever, or as otherwise consistent with a predominantly dramatic, and tragic very often (for no second chance is of course allowed to individual volition) linear or irreversible action of time and sequence of events. It is thus maintained that the category *nothingness* lies cosmologically bound to either the view of an open universe precisely (in the last, nihilistic stages of which the former would eventually fall)³² or the conception of *Creatio ex Nihilo* and the relevant pre-existence of a creator and of his total power over his own thus resulting mere creatures, both impotent and limited,³³ to whom no actual superhuman character can be in principle assigned (as it is otherwise the case in *Polytheism*, as well as in the return-to-itself of the entity as potentiated).³⁴ As for these reasons in both cases the agency, or else focalization and utter freedom of these quanta would be altogether untenable, a theorizing centered upon *power* involves self-repetition, closure-on-itself, and consistency, in further reference to a Heraclitean unrestrainable becoming or change, suggested as completing itself in the terms of further increase in ontic power precisely.³⁵ In this regard, it shall be now at once recollected that Nietzsche formed his own personal view in merely revisiting the classical notion of *Eternal Return*, and this in further reference to his own most reductive, and in the end misleading notion of superhuman under the garb of an individual proving superior only morally, hence still wearing an aspect of

³⁰ This is in turn consistent with the propounded dialectic *Power-Stasis-Power* as culminating in the *Return of Power* event. H. Varini, *Return of Power: Theory of a Cosmic Bridge to the Dialectical Overhuman*, Collected Papers of the 6th Philosophy and Culture of the Information Society International Conference, Saint Petersburg State University of Aerospace Instrumentation, 2018. P.J. Steinhardt, N. Turok, *A Cyclic Model of the Universe*, Science 296, 2001. L. Baum, P.H. Frampton, *Entropy of Contracting Universe in Cyclic Cosmology*, Modern Physics Letters, Vol. 23, 2008.

³¹ Ibid.

³² *The Routledge Companion to the New Cosmology*, edited by Peter Coles, Routledge, 2001.

³³ Still a in cyclical, hence self-referential cosmic perspective, these latter conceptions lie altogether foreign to the Greek most contemplative turn of mind and wisdom (as we see it primarily exemplified in the *Demiurge* of the Platonic tradition, and in the *Unmoved Mover* of Aristotle as both by no means all-powerful agencies over the entity, thus over the human in the Biblical sense).

³⁴ H. Varini, *Beyond Nietzsche: The Dialectical Overhuman and its Evidence in the Myth*, Философия И Гуманитарные Науки В Информационном Обществе, п. 2, с. 12-24, 2018.

³⁵ H. Varini *Condition of Power: Ontology and Anthropology beyond Nietzsche*, Amazon Kindle Direct Publishing, 2015. Chapter four, glossary.

ontological slavery as still bound to the Promethean chains of a non-ontological, non-physical, *and ultimately non-antithetical-to-powerlessness state of affairs*.³⁶ That is to say, *in dialectic alone the category power comes most genuinely expressed and ontologically manifested*. And it shall be also possibly perceived that the *fiery, yet most intangible* presence as well as *utter freedom* of the quanta would be quite untenable again as to this rather monolithic repetition touching the entity, hence the human, as forever returning the same.³⁷ For they are to gather to a focus in relation, solely, to a recurring yet dynamically increasing ontological vigor as at length culminating in the *Return of Power* event.³⁸ And it shall be also observed that an otherwise eternally recurring the same ontic occurrence, in the end proving as tragic as the linear, Augustinian view of time (for, again, *no second chance in either instance is able to even minimally affect the irreversibility of a very often, if not always undesired past*), cannot by no manner of means lead eventually, as a dialectical matter of course, to a most fiery ontic culmination.³⁹ For the latter is *to exceed itself solely in the terms of further power precisely*,⁴⁰ with reference again to the *Return of Power* event as in fact the very vertex within the fiery phenomenology of the dialectic *Power-Stasis-Power*.⁴¹ In a perfect amalgamation between the *physical* (as comprehensively cosmological), and the *metaphysical* (as an intangible necessity to inevitably complete the former), the physical Real is accordingly to experience at once *a continual alternation and alteration*, altogether akin to a vital heart which expands and contracts in a never-ending, incorruptible yet mutable pulse. This latter may be further viewed as referring to the immense, indeed abysmal, time interval elapsing between each Big Bang and each Big Crunch, in their causing one another, and in their thus proving *one single entity and central point of reference within an unfathomable self-recurring and ontically most self-referential immensity*.⁴² If we are to further attempt to fancy, or even endeavor to imagine, and in the end distinctly conceive them aggregating in clusters or nuclei, as if driven, in terms of mere analogy, by some sort magnetic or gravitational force or ultimate *impetus*, we may well regard them as focalizing upon both these two main cosmic events, in their gathering, over and over, to their primordial (*and indeed emanative*, as to the Big Bang phase alone)⁴³ *condition of One*. To conclude, these quanta embody presences of the *actual capability of power of both the immaterial and the physical*, the latter looked upon as immanently exceeding the former.⁴⁴ Whereas within our less than infinitesimal portion of spacetime their concentration is so minimal, so utterly irrelevant as to account for, *even in the most intimate detail*,⁴⁵ the human status we presently see, the converse is true (and must be, antithetically) touching the person of the actual Overman as a most tangible *Body*, that is, under a garb most distant from the one exemplified in the *Shadow*.⁴⁶ Hereupon still through the medium of these quanta in their most variable levels of intangible influence, and from an anthropic perspective again, the Real is to make itself principally manifest in two human statuses: the one fully realized as *power*,⁴⁷ the other inevitably wanting in the latter,

³⁶ With this his own conception of *Will to Power* comes in turn associated. H. Varini *Condition of Power: Ontology and Anthropology beyond Nietzsche*, Amazon Kindle Direct Publishing, 2015. Introduction.

³⁷ H. Varini, *Return of Power: Theory of a Cosmic Bridge to the Dialectical Overhuman*, Collected Papers of the 6th Philosophy and Culture of the Information Society International Conference, Saint Petersburg State University of Aerospace Instrumentation, 2018.

³⁸ *Ibid.*

³⁹ *Ibid.* H. Varini *Condition of Power: Ontology and Anthropology beyond Nietzsche*, Amazon Kindle Direct Publishing, 2015.

⁴⁰ *Ibid.* Chapter one.

⁴¹ H. Varini, *Return of Power: Theory of a Cosmic Bridge to the Dialectical Overhuman*, Collected Papers of the 6th Philosophy and Culture of the Information Society International Conference, Saint Petersburg State University of Aerospace Instrumentation, 2018.

⁴² For it is maintained that in an ontologically predominant *Hegelian thesis-antithesis-synthesis perspective* as in the end focusing on an ultimate very unity, and as thus at variance with Stephen Hawking's own touching the Big Bang as being altogether independent in itself, *the idea of the latter cannot be tenable without that of the Big Crunch, and the converse*. H. Varini *Condition of Power: Ontology and Anthropology beyond Nietzsche*, Amazon Kindle Direct Publishing, 2015. Chapter two. H. Varini, *Return of Power: Theory of a Cosmic Bridge to the Dialectical Overhuman*, Collected Papers of the 6th Philosophy and Culture of the Information Society International Conference, Saint Petersburg State University of Aerospace Instrumentation, 2018. G. W. F. Hegel, *Science of Logic*, tr. W. H. Johnston and L. G. Struthers, 1929.

⁴³ Still referring to an immortal Greek wisdom, the term "emanation" (Greek ἀπόρροια) is employed in Neoplatonic terms, thus in opposition to "creation," as otherwise found within the Biblical tradition.

⁴⁴ See note 21.

⁴⁵ See note 14.

⁴⁶ This lies consistent with the conception of *Ontological Triad*, as entailing the relationship *Source-Body-Shadow*. H. Varini, *Condition of Power: Ontology and Anthropology beyond Nietzsche*, Amazon Kindle Direct Publishing, 2015. Chapter nine, glossary.

⁴⁷ H. Varini, *Condition of Power: Ontology and Anthropology beyond Nietzsche*, Amazon Kindle Direct Publishing, 2015. Chapter one.

owing to its being antithetical to it. As for the former, these values prove so utterly focalizing as to favor at once a vital space altogether freed from any hitherto accustomed limit: an existential situation which the myths, time out of mind, (to which the ones presently revisited in mass media culture may well be associated) have been able to perceive, even though in a most indistinct, unconscious, and thus far non-philosophical nor even scientific manner.⁴⁸ To add more, let us in principle admit the presence of a still most undetectable *radiation as equably distributed towards unity*, with the *energy* (as far as this rather vague category may still be of any use), of the quanta blending, as a final act, *into a well-defined conscious structure, the which we can only assume as being human, or rather superhuman*, and as at once satisfying a relevant materiality as well as the will or volition which is to contain it, as an intangible, most affirmative spirit.⁴⁹ Let us accordingly admit, also, *the existence of an intrinsic force*, itself most spectrally yet most blazingly expressed, as varying in the direct ratio of the quanta's own distribution, a distribution to deal with *innumerable points through space agglomerations* (for *the limitless inheres, in principle, within space itself*)⁵⁰ bearing innumerable peculiar differences of either size, or form, or distance from each other, and themselves clusters, catalyzing towards their own defined centre, with a velocity conceived as exceeding (by way of mere analogy again) even the one accustomed in recognizing in the light as a constant in the void, and proving equivalent solely to their own metaphysical magnificence and intrinsic tendency to *oneness*. In reference to their motion to towards an ultimate mass-constitution, we may thus assume them blending into an ultimate homogeneity occasioned, very straightforwardly, by a condensation proper as altogether proportional with the former, the vitality of the quanta meantime proceeding with their own implacable process of conglomeration, and the heterogeneity of their distribution diminishing in the ratio of their own most fiery focalization, to be now perceived as *most corporeal*, and on this account *most ontologically real as to a potentially infinite consistency*, in the end absorbing all the vigor available *into the one*, and with an impetus so prodigiously conglomerative as to render, by antithetical comparison, any present body of a consistency infinitely more intangible than the one to be possibly perceived in a mere *Shadow*.⁵¹ Still referring to the priority of the *anthropic principle*, as now consistent with the omnipresent *Ego Cogito*,⁵² yet as altogether surpassing the latter respecting a most superhuman modality of self-awareness, let us also venture upon further suggesting that this force is to naturally exceed, even, the aforesaid most hideous focalizations in both the Big Bang and the Big Crunch as conceptually one.⁵³ Upon the reader a final suggestion may be accordingly impressed touching at once a consolidation into a most harmonized energetic embrace, a most perfectly realized proportions of frame,⁵⁴ and the quantity of corporeal energy *reflecting to perfection* the one, nonhuman and incommensurable, exemplified, through countless of cosmic entities, in Being or the universe itself.⁵⁵ A mirror would thus appear, *the gleaming Mirror of Being*,⁵⁶ the antithetical Overman as a *Personified Power*⁵⁷ would stand before it, only to advance towards it, his own *reflected self* forming a most fiery and tangible contour of person⁵⁸ until an actual contact, and indeed total identification with the surface would occur, the Shadow of man at the same time being fashioned from his figure, and then cast upon a dreary soil, its own intrinsic situation, and in mere

⁴⁸ A first instance of which we may perceive respecting the demigod nature of Gilgamesh, a legend dating back to the third millennium B.C. H. Varini, *Beyond Nietzsche: The Dialectical Overhuman and its Evidence in the Myth*, *Философия И Гуманитарные Науки В Информационном Обществе*, п. 2, с. 12-24, 2018. A. R. George, *The Babylonian Gilgamesh Epic: Critical Edition and Cuneiform Texts*, Oxford University Press, 2003.

⁴⁹ See note 21.

⁵⁰ This notion can also be found in the thought of John Philoponus. E. S. Casey, *The Fate of Place: A Philosophical History*, University of California Press, 1998, Chapter four.

⁵¹ See note 43.

⁵² H. Varini *Condition of Power: Ontology and Anthropology beyond Nietzsche*, Amazon Kindle Direct Publishing, 2015. Chapter two.

⁵³ This in principle refers to the *Return of Power* event, as now embodied, in the terms of *limitless physical-ontological capability of power*, by the person of the actual Overman itself. H. Varini, *Return of Power: Theory of a Cosmic Bridge to the Dialectical Overhuman*, Collected Papers of the 6th Philosophy and Culture of the Information Society International Conference, Saint Petersburg State University of Aerospace Instrumentation, 2018.

⁵⁴ See note 14.

⁵⁵ H. Varini *Condition of Power: Ontology and Anthropology beyond Nietzsche*, Amazon Kindle Direct Publishing, 2015. Chapter eleven.

⁵⁶ *Ibid.*

⁵⁷ *Ibid.* Glossary.

⁵⁸ Again, the reference is to the theme of the double, or *Doppelgänger*, as narratively propounded also in my novel *The Great Adversary*.

dialectical consequence.⁵⁹ Still by way of narrative-mythical suggestion, and respecting a millennial, immortal wisdom, we find that the superiority of a fully realized, as well as heroic corporeal life proves to be all of a piece with the whispered words, solemnly pronounced by Achilles in the depths of the Hades:

...μή δὴ μοι θάνατόν γε παραύδα, φαίδιμ' Ὀδυσσεῦ. βουλοίμην κ' ἐπάρουρος ἔων θητευέμεν ἄλλω, ἀνδρὶ παρ' ἀκλήρω, ᾧ μὴ βίωτος πολὺς εἴη, ἢ πᾶσιν νεκύεσσι καταφθιμένοισιν ἀνάσσειν.

...say not a word, glorious Odysseus, in my death's favour. I would rather be a paid servant in a poor man's house and be above ground than king of kings among the dead.⁶⁰

To deepen the proposal, we may finally dwell upon the quanta in their being at length *blended into a corporeal substance, ordered, stable, undisturbed, absolutely simple and pure*,⁶¹ *ontologically true and physically potent, forever recurring as identical, at the very centre or vertex of the most fiery, never-ending phenomenology in the propounded Closed Spiral of Events*,⁶² whose significance is again meant to utterly exceed the limits imposed by both the Biblical linear view of time, as leading in the end to an irreversible ontic annihilation, and the Eternal Return, as otherwise proving in the end blind and indeed excessively deterministic (with a conceptual similarity nevertheless maintained as to this latter instance, and in reference to a common polytheistic background).⁶³ In stark symbolic terms, this is regarded as transcending even the mystical meaning in the sacral image of the *Ouroboros*,⁶⁴ so often found in the illuminated manuscripts, to which, as is known, the general notion of cosmic recurrence is traditionally associated, as is the eternal rebirth of the even more visually potent myth of the *Phoenix*.⁶⁵ For ease of further understanding, the final standpoint at issue may be nonverbally, possibly *semiotically* conveyed thus:



⁵⁹ See note 43.

⁶⁰ Homer, *Odyssey*, Book XI. The English text is by The Internet Classics Archive.

⁶¹ As for the metaphysically superior criterion of *simpleness*, the reference is to the *The Book of Causes (Liber de Causis)*, XXVII, 194. *The Book of Causes (Liber de Causis)*, Marquette University Press, Milwaukee, 2012.

⁶² H. Varini *Condition of Power: Ontology and Anthropology beyond Nietzsche*, Amazon Kindle Direct Publishing, 2015. Chapter four, glossary.

⁶³ Ibid. Glossary. H. Varini, *Beyond Nietzsche: The Dialectical Overhuman and its Evidence in the Myth*, Философия И Гуманитарные Науки В Информационном Обществе, n. 2, c. 12-24, 2018. H. Varini, *Return of Power: Theory of a Cosmic Bridge to the Dialectical Overhuman*, Collected Papers of the 6th Philosophy and Culture of the Information Society International Conference, Saint Petersburg State University of Aerospace Instrumentation, 2018.

⁶⁴ H. J. Sheppard, *The Ouroboros and the Unity of Matter in Alchemy. A Study in Origins*. *Ambix*, 10, 1962.

⁶⁵ R. Van der Broek, *The Myth of the Phoenix: According to Classical and Early Christian Traditions*, EJ Brill 1972.

Here we see depicted the person of the antithetical Overman, in a heroic profile view, to some extent reminiscent of the firm posture and hieratical demeanour in the Hittite, or Assyrian, or Elamite, or Egyptian low reliefs of deities.⁶⁶ On this account we may look upon the image as blazingly consistent with the intrinsic force and ontological significance most peculiar to these quintessential polytheistic civilizations.⁶⁷ Holding accordingly tight two thunderbolts in his fists, and wearing a black cloak (the *fibula* on his left shoulder itself a *star* or *source of energy*, giving him strength as coagulating into his left biceps), he is encircled by a *spiral meant to recur from Fire to Fire*, the one aforesaid, whose emanating origin⁶⁸ is portrayed as focusing upon his own enflamed chest, which is in turn to indicate the same very culmination under the form of the *Return of Power*.⁶⁹ In addition, a *shadow* comes forth from his own body, in this manner conveying *the ontologically incorporeal and obscure intrinsic situation of man*.⁷⁰ The quanta thus referred to *an ultimate frame*, indeed unparalleled as to any other non-antithetical-to-powerlessness conception or view,⁷¹ the following observation may be at length propounded: *if positively perceived* such a frame would at once concentrate, in a single brain, the minds of the greatest geniuses humankind has ever been able to produce, meantime, in a single vein, the discharge of energy and sudden brilliancy of a billion of billion of *gamma-ray bursts*⁷² flowing, in utter unison, like an implacable, wild river, if otherwise *negatively*, it would hidden, and indeed hold beneath its gleaming skin,⁷³ the potential capability of power of a basically infinite amount of thermonuclear reactions. And the owner of this frame would still be considered a mere ordinary fellow.

References:

- Assyrian Reliefs from the Palace of Ashurnasirpal II: A Cultural Biography*, Edited by S. E. Kangas, A. Cohen, University Press of New England, 2010.
- Benedict de Spinoza, *Ethics*, Penguin Classics, 1994.
- The Book of Causes (Liber de Causis)*, Marquette University Press, 2012.
- E. S. Casey, *The Fate of Place: A Philosophical History*, University of California Press, 1998.
- G. Deleuze, F. Guattari, *What Is Philosophy*, Columbia University Press, 1994.
- The Routledge Companion to the New Cosmology*, Edited by Peter Coles, Routledge, 2001.
- M. Heidegger, *Being and Time*, SCM Press, 1962.
- G. W. F. Hegel, *Science of Logic*, tr. W. H. Johnston and L. G. Struthers, 1929.
- J. Hogan, *Unseen Universe: Welcome to the dark side*, Nature, 448, 2007.
- H. Honour, J. Fleming, *A World History of Art*, Macmillan, 1984.
- Homer, *The Odyssey*, Oxford University Press, 1980.
- A. R. George, *The Babylonian Gilgamesh Epic: Critical Edition and Cuneiform Texts*, Oxford University Press, 2003.
- G. W. Leibniz, *The monadology and other philosophical writings*, Oxford University Press, 1965.
- F. W. Nietzsche, *Thus Spoke Zarathustra*, Penguin, 1961.
- P. J. E. Peebles, B. Ratra, *The cosmological constant and dark energy*, Reviews of Modern Physics, 75 (2), 2003.
- K. Popper, *The Logic of Scientific Discovery*, Routledge, 1959.
- J. Rose, *Zoroastrianism: An Introduction*, I.B. Tauris, 2010.
- H. J. Sheppard, *The Ouroboros and the Unity of Matter in Alchemy. A Study in Origins. Ambix*, 10, 1962.
- F. W. J. Schelling, *Darstellung Meines Systems der Philosophie*, (1801) in H. Wight Wheeler, *Schelling's "Darstellung Meines Systems Der Philosophie" in Its Relation to His Earlier Works*, Wellesley College Press, 1919.
- Siger of Brabant, *Quaestiones in Tertium De Anima*, Herder, 2007.

⁶⁶ H. Varini, *Beyond Nietzsche: The Dialectical Overhuman and its Evidence in the Myth*, *Философия И Гуманитарные Науки В Информационном Обществе*, n. 2, c. 12-24, 2018. H. Honour, J. Fleming, *A World History of Art*, Macmillan, 1984.

⁶⁷ Ibid. As to the Assyrian low reliefs, see *Assyrian Reliefs from the Palace of Ashurnasirpal II: A Cultural Biography*, Edited by S. E. Kangas, A. Cohen, University Press of New England, 2010.

⁶⁸ See note 41.

⁶⁹ H. Varini *Condition of Power: Ontology and Anthropology beyond Nietzsche*, Amazon Kindle Direct Publishing, 2015. Chapter four, glossary.

⁷⁰ Ibid. Chapter eleven.

⁷¹ Ibid. Chapter four.

⁷² G. Vedrenne, J. L. Atteia, *Gamma-Ray Bursts: The Brightest Explosions in the Universe*, Springer, 2009

⁷³ Gleaming, as perfectly reflected in, and as in the end one with, under the peculiar garb of *Personified Power*, the equally unparalleled vigor of Being as a nonhuman necessary counterpart within the common substratum embodied by the category power itself (both superhuman and nonhuman precisely). That is, the antithetical Overman experiences *no ontological loneliness*, as it is otherwise the case, nihilistically (for no ontological point of reference in terms of nonhuman mirroring energy is evidently involved), touching the notion of *Übermensch* as a mere superior man. H. Varini, *Condition of Power: Ontology and Anthropology beyond Nietzsche*, Amazon Kindle Direct Publishing, 2015. Chapter eleven.

- P. J. Steinhardt, N. Turok, *Cosmic Evolution in a Cyclic Universe*, Physical Review D, Volume 65, 2001.
- P. J. Steinhardt, N. Turok, *Endless Universe-Beyond the Big Bang*, Phoenix, 2007.
- R. Van der Broek, *The Myth of the Phoenix: According to Classical and Early Christian Traditions*, EJ Brill 1972.
- H. Varini, *Beyond Nietzsche: The Dialectical Overhuman and its Evidence in the Myth*, *Философия И Гуманитарные Науки В Информационном Обществе*, п. 2, с. 12-24, 2018.
- H. Varini *Condition of Power: Ontology and Anthropology beyond Nietzsche*, Amazon Kindle Direct Publishing, 2015.
- H. Varini, *The Great Adversary*, Lit Verlag, 2007.
- H. Varini, *Return of Power: Theory of a Cosmic Bridge to the Dialectical Overhuman*, Collected Papers of the 6th Philosophy and Culture of the Information Society International Conference, Saint Petersburg State University of Aerospace Instrumentation, 2018.
- G. Vedrenne, J. L. Atteia, *Gamma-Ray Bursts: The Brightest Explosions in the Universe*, Springer, 2009
- L. Wittgenstein, *Tractatus Logico-Philosophicus*, Taylor & Francis, 2002.

УДК 316.77, ББК 60.0

Н.Ю. Квашенко

Nadezhda Kvashenko, kvaschenko.n@yandex.ru

Специфика понятия «инфосфера» в контексте современной философской мысли **The specifics of the concept of "infosphere" in modern philosophical thought**

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

В статье автор анализирует существующие в современной философии представления об инфосфере. Описывается эволюция термина на различных этапах развития информационного общества. Рассматривается аспект влияния инфосферы на личность.

Ключевые слова: информационное общество, цифровая цивилизация, личность, инфосфера.

In the article, the author analyzes the ideas about the infosphere existing in modern philosophy. The evolution of terminals at various stages of the development of the information society is described. Considers the aspect of the influence of the infosphere on the individual.

Keywords: information society, civilization, personality, infosphere.

Социум, в котором существует современная личность, принято называть информационным обществом или обществом знаний. В работах философов и социологов середины прошлого века - Д. Белла, Й. Масуды, Э. Тоффлера, М. Маклюэна и др. [1] описываются различные концепции развития постиндустриального общества, однако общим для них является представление об информации как ключевом факторе развития человеческой цивилизации.

Высокий уровень цифровизации всех сфер жизни человека и его вовлеченность не только в потребление, но и производство информации, способствуют формированию личности особого типа, которая существует в специфической среде, называемой информационной сферой.

Данное понятие появилось в рамках концепций информационного общества в конце XX века. Э. Тоффлер в работе «Третья волна» характеризует «инфосферу» как «коммуникационные каналы, посредством которых индивидуальные и массовые сообщения могут распределяться столь же эффективно, как товары и сырье». [2, С. 16]

В нашей стране термин «инфосфера» появляется в трудах ученых-программистов в 80-е годы. Одним из первых его употребил академик А.П. Ершов в своих работах, посвященных грядущей и неизбежной, по мнению ученого, информатизации общества.

Учитывая уровень технологического развития тех лет, Ершов А.П. описывает инфосферу как совокупность компьютерной инфраструктуры, в которую входят «средства телекоммуникации, компьютерные средства и информационные ресурсы, которые в них хранятся, обрабатываются и с их помощью распространяются» [3, С.66].

В условиях цифрового общества структурных составляющих информационной сферы становится гораздо больше. Помимо непосредственно информации, в нее входят технические средства для ее создания, поиска, обработки и распространения, а также сами пользователи, владельцы и собственники информационных ресурсов, процессы взаимодействия между информационными объектами и субъектами. [3, С. 66]

Понимание важности влияния информационных технологий на все сферы жизни общества на государственном уровне нашло отражение в Доктрине информационной безопасности РФ.

В данном документе инфосфера определяется как «совокупность информации, информационной инфраструктуры, субъектов, осуществляющих сбор, формирование, распространение и использование информации, а также системы регулирования возникающих при этом общественных отношений» [4].

В контексте современной философии информации, разработанной Л. Флориди, инфосфера представляется как «тотальность информационных объектов, динамично взаимодействующих друг с другом». По мнению Флориди, в структуру инфосферы входят «как человеческие существа, так и другие биологические организмы, а также все искусственные агенты, каждый физический объект и даже «платоновские» сущности, не находящиеся в физическом хронотопе». [5, С. 47]

Этимология понятия информационная сфера предполагает определение «сферы» (от греч. «шар», а также «круг действия») как «области действия, пределы распространения чего-либо; общественное окружение, среда, обстановка» [6].

«Информация» - в широком смысле - сведения (сообщения, данные) независимо от формы их представления [7]; термин обыденного языка, относящийся к познавательно-коммуникативной сфере человеческой деятельности и обозначающий совокупность сведений о каких-либо событиях или фактах. [8]

То есть, в широком смысле инфосфера – это совокупность постоянно обновляющихся знаний, идей, представлений, реализуемых как в реальном, так и в виртуальном мире. С развитием цифровых технологий в структуру инфосферы добавляются технологические новшества, уровень насыщенности новой информацией в обществе возрастает, совершенствуются методики управления общественными процессами, воздействия на мнение и поведенческие характеристики индивидов, в связи с чем, важной представляется проблема влияния инфосферы на личность человека информационного общества.

Воздействие происходит через четыре основных канала восприятия - 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). [9, С. 41]

Современного человека окружает сеть агрессивных источников информации, то есть таких, воздействию которых человек подвергается не только добровольно. От них невозможно абстрагироваться, находясь в цифровом социуме, в результате чего «новая инфосферная инфраструктура постепенно трансформирует картину мира. В процессе взаимодействия с новой средой, человечество создает информационную модель мира». [10, С.88]

Понятие инфосферы охватывает широкий диапазон взаимодействий, происходящих в социуме. Насыщение информационного поля различных современных обществ происходит неравномерно. Информация окружала человека на всех этапах его развития от первобытных обществ до цифровой цивилизации. Взаимодействие в информационном поле в каждом периоде происходило по-разному, в зависимости от переменных составляющих этого процесса. Постоянными условиями, обеспечивающими существование информационной сферы общества можно считать: информацию как любое новое знание, потребителей информации и тех, кто ее создает, распространяет, средства для передачи информации.

Литература:

1. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования. - М.: Academia, 2004. – 783 с.; Масуда Й. Информационное общество как постиндустриальное общество. – М., 1997; Тоффлер Э. Третья волна. М.: ООО "Фирма "Издательство АСТ", 2004. – 1739 с.; Маклюэн Г.М. Понимание Медиа = Understanding Media. М.: Кучково поле. 2011. 462 с.
2. Тоффлер Э. Третья волна. М.: ООО "Фирма "Издательство АСТ", 2004. - 1739 с.
3. Ершов А.П. Информатизация: от компьютерной грамотности учащихся к информационной культуре общества // Коммунист. – 1988. – № 2. – С. 82–92.
4. Указ Президента РФ от 5 декабря 2016 г. № 646 “Об утверждении Доктрины информационной безопасности Российской Федерации”// Гарант.ру URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/71456224/> (дата обращения 12.10.2019).
5. Хлебников Г.В. Философия информации Лучано Флориди. Метафизика, 2013, № 4 (10). - С. 35-48.
6. Даль В. И. Толковый словарь живого великорусского языка: В 4 т / Владимир Даль. - Репр. воспр. изд. 1903-1909 гг., осуществленного под ред. проф. И.А. Бодуэна де Куртенэ. - М.: Терра, 2000.
7. Федеральный закон от 27.07.2006 N 149-ФЗ (ред. от 18.03.2019) "Об информации, информационных технологиях и о защите информации" // Консультант.ру URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61798/c5051782233acca771e9adb35b47d3fb82c9ff1c/ (дата обращения 19.10.2019)
8. Современный философский словарь / [сост. и предисл.: Керимов Т.Х., д.филос.н., проф.]; под общ. ред. д.ф.н., проф. В.Е. Кемерова и д.ф.н., проф. Т.Х. Керимова. - [4-е изд., испр. и доп.]. - Москва: Академический проект; Екатеринбург: Деловая книга, 2015. - 822 с.
9. Шипунова О.Д. Инфосфера коммуникации в контексте современной науки / Коммуникативные стратегии информационного общества : трудыX Международн. науч.-теор. конф., 26–27 октября 2018 г. – СПб. : ПОЛИТЕХ-ПРЕСС, 2018. –С.40-42.
10. Иоселиани А.Д. Формирование инфосферы: социально-философский ракурс // Иоселиани А.Д. Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. – Тамбов: Грамота, 2016. №3 (65) 2016, ч.1. С. 85 – 88.

Роль культурно-познавательного туризма в информационном обществе **Role of cultural and cognitive tourism in the information 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 культурно-познавательного туризма в современном информационном обществе и определить ту роль, которую данный вид туризма играет для развития человека в современном мире.

Ключевые слова: информационное общество, путешествия, культурно-познавательный туризм, историко-культурное наследие, ценностные ориентации, культурная самобытность, этнокультуры.

In this article, the authors attempted to consider the features of the development of cultural tourism in the modern information society and to determine the role that this type of tourism plays for human development in the modern world.

Keywords: information society, travel, cultural and educational tourism, historical and cultural heritage, value orientations, cultural identity, ethnocultures.

Путешествия всегда представляли собой отдельный и весьма привлекательный способ жизнедеятельности человечества. Но на определенном этапе по мере развития запросов общества выделилась совершенно новая отрасль экономики – туризм. Закономерно возникает вопрос, а чем же отличается туризм от путешествий, ответ очевиден – целями и массовостью.

В настоящее время средства передвижения позволяют совершать путешествия не только в пространстве, но и во времени. С позиций сегодняшнего дня можно констатировать, что туризм представляет собой массовый и особый род путешествий с четко определенными целями и ограничением во времени, а также он обозначен как деятельность по его организации и осуществлению. Любое государство заинтересовано в его развитии, исходя из конкретных принципов. Принципы туризма четко выражены и во многом являются определяющими в формировании и развитии мирового сообщества.

Авторы данной статьи исходят из того, что цели путешествия являются одними из главных признаков туризма, и акцентируют свое внимание на основополагающих целях культурно-познавательного туризма и той роли, которую данный вид туризма играет для развития человека в современном информационном обществе.

Культурно-познавательный туризм во-первых, способствует совершенствованию и углублению знаний человека о природе и различных естественных явлениях; во-вторых, позволяет ознакомиться и вникнуть в историю развития человеческой цивилизации; в-третьих, увидеть и оценить определенный уровень развития сегодняшних успехов в различных областях стран мирового сообщества; в-четвертых, получить полезную и интересную информацию, увидеть памятники культурного наследия, познакомиться с новым опытом и поделиться своим в сфере сохранения памятников истории и культуры. И что особенно важно, совершая путешествие такого рода, человек развивает себя как личность и воспринимает увиденное, как новые возможности своего развития. Особенности мировосприятия, стиль общения человека

с окружающей новой реальностью, позволяют ему поменять свой стиль поведения и произвести переоценку ценностей в своей жизни, что безусловно оказывает положительное влияние на климат общества в целом.

В информационную эпоху наблюдается возврат к традициям, причем этот процесс реализуется в различных формах. В современном мире на формирование человека как личности особое место отводится национальным, историческим и культурным традициям не только собственного общества, но и других стран и народов. И в этом случае роль культурно-познавательного туризма имеет огромное значение. Жизнь современного общества с её сложностями и проблемами мотивирует человека к пониманию того, чем больше он будет развивать себя как личность, тем успешнее будет тот мир, в котором живет каждый из нас.

Культурно-познавательный туризм имеет очень большое значение для развития общества и, как можно заметить, в современной жизни становится одним из наиболее распространенных типов туризма. Он рассматривает всю социокультурную среду с особенностями традиций, обычаев, хозяйственной и бытовой деятельности.

В настоящее время, как отмечает Т. Р. Лыкова, «именно культура и наследие определяют отношение мирового сообщества к стране, её привлекательность с позиций не только социальных отношений и туризма, но и бизнеса» [1, С. 159].

Культурно-познавательный туризм во многих странах мира признан одной из наиболее доходных и интенсивно развивающихся отраслей экономики. Объекты культурного и исторического наследия способны приносить прибыль и существенно влиять на экономическое развитие современных городов, являясь их важнейшим активом. Культурно-познавательный туризм выполняет важную роль в обеспечении устойчивого социально-экономического развития территориальных общностей разного уровня. Современный культурно-познавательный туризм превращается в успешную технологию, дающую возможность развиваться туристским центрам, выявлять, сохранять и эффективно использовать культурно-историческое наследие.

Именно культурно-познавательный туризм способствует привлечению внимания мировой общественности к проблемам сохранения культурного наследия, определению особенностей национальных этнокультур, их культурной самобытности и культурного разнообразия, а также он может рассматриваться как средство сближения народов, формирования уважения к их особенностям культуры, обычаям и традициям.

Таким образом, мы можем рассматривать культурно-познавательный туризм как инструмент развития человека на современном этапе информационного общества.

Литература:

1. Лыкова Т. Р. Значение культурно-познавательного туризма в формировании патриотизма // Материалы I Международной научно-практической конференции «Человек в постиндустриальном обществе». – Варна: Центр за научни изследвания и информация «Парадигма» (Болгария) и АНО «Пресс-Лицей» (Россия), 2013. – С.158-164.

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 осмысливают 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 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 addresses 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

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

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 осмысливают 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 140.8, ББК 87.22

Л.Д. Петряков
Leonid Petryakov, tkstudia@yandex.ru

Дискурсивный концепт как единство множества интерпретаций **Discursive concept as unity of multiple interpretations**

ЯВВУ ПВО «Ярославское высшее военное училище противовоздушной обороны»
AWWW PVO "Yaroslavl higher military school of air defence"

Сегодня в культуре и гуманитарном знании существует острая потребность в общем основании, упорядочивающем конфликтующие интерпретации вещей, фактов. Поскольку различие интерпретаций относительно вещей ведёт к нарастанию противоречий между мировоззрениями людей, приводя их к конфликтам. Иной подход к интерпретациям состоит в том, что их комплексы могут формироваться не по принципу сходства в оценках (целях, идеалах), а по объектному принципу. Противоположные, и даже противоречащие друг другу интерпретации объекта способны «очерчивать круг» возможных методов его истолкования, создавая единство общего знания — дискурсивный концепт.

Ключевые слова: дискурсивный концепт, интерпретация, конфликт, истина, логическая полнота, замкнутость.

Today in culture and humanitarian knowledge there is an urgent need for a common ground, ordering conflicting interpretations of things, facts, because the difference in interpretations of things leads to an increase in contradictions between people's worldviews, leading them to conflicts. Another approach to interpretations is that their complexes can be formed not by the principle of similarity in estimates (goals, ideals), but by the object principle. Opposite, and even contradictory interpretations of the object are able to "delineate the circle" of possible methods of its interpretation, creating a unity of common knowledge — a discursive concept.

Keywords: discursive concept, interpretation, conflict, truth, logical completeness, isolation.

Интерпретации конкурируют за то, чтобы быть принятыми в качестве истины о мире. Их мифы становятся реальностью в силу длительности существования, определения им узловых понятий жизни («очки» И. Канта). В основе множественности конфликтующих интерпретаций лежит применение разных аксиом к одному предмету с последующим построением на их основе разных теорий предмета. Но если соединить теорию дискурсов [1. с.94-103] с эпистемической историей понятий [2.], можно сформулировать теорию дискурсии как методологического инструмента обнаружения дискурсивных концептов. Тогда мы получим ряд теорий, последовательно применимых к одному предмету в разных его состояниях (условиях), сможем оперировать с этим рядом как целым и «снимем» конфликт.

Так, «Идентичность как дискурсивный концепт образует единство... благодаря одновременному воспроизведению нескольких ценностных практик идентификации, вступающих в конкурентную дискурсивную борьбу за «истинное» определение идентичности» [3. с.159]. К примеру, теория истины имеет ряд теорий — аналогов, каждая из которых является приемлемой для одного из ряда изменяющихся условий. Если несколько концепций истины очерчивают её идею, позволяя говорить о том, что может, а что не может быть признано истиной в принципе, мы будем иметь дело с дискурсивным концептом. Примеры дискурсивных концептов:

1) Геометрии Евклида, Лобачевского и Римана, сводимые к рассмотрению сферы с разных точек и расстояний по отношению к ней. В них «Геометрическое мышление предстаёт как тенденция к полноте...» [1. с.51].

2) Истина это: знание; проверка знания; условие определяющее истинность знания.

3) Концепция времени как единства: прошлого, настоящего и будущего.

4) Пространство в его измерениях: длина, ширина, высота (глубина).

5) Собственность как единство трёх прав: владения, пользования и распоряжения вещью.

Как видно на примере концептов «собственность», «пространство» и «время», гармония идей может дать полное представление о предмете, а единство концептов разного уровня общности выразить единство мира. Идеалом дискурсивного концепта будет семантическая и методологическая полнота, замкнутость [4. с. 174-205], выводимость утверждений о данном предмете из его концепта. Условием становления общего знания, выраженного в дискурсивных концептах, является онтология

Аристотеля — наделение человеческими смыслами отдельных вещей и явлений, а не идеалов и целей (платонизм).

Литература:

1. Филиппс Л. Дж., Йоргенсен М.В. Дискурс-анализ. Теория и метод / пер. с англ. 2-е изд., испр. - Харьков, Изд-во «Гуманитарный центр». 2008. 322 с.
2. Башляр Г. Новый рационализм. М.: Прогресс 1987. - 387 с
3. Енина, Л.В. (2016). ИДЕНТИЧНОСТЬ КАК ДИСКУРСИВНЫЙ КОНЦЕПТ И МЕХАНИЗМЫ ДИСКУРСИВНОЙ ИДЕНТИФИКАЦИИ. Политическая лингвистика, (6), 159-167.
4. Шиян Т.А. К проблеме трансформаций философских и научных дискурсов: модель предметного замыкания./ Методология науки и дискурс-анализ. Рос. Акад. Наук, Институт философии. Отв. редактор А.П. Огурцов -М.: ИФ РАН, 2014, 285 с. (с.174-205).

УДК 1/316.77

А.В. Соснин

A. Sosnin, alvas.sosnin@gmail.com

**Некоторые проблемы обеспечения устойчивости общества
к вызовам информационно-компьютерной эры
Some problems of ensuring the stability of society to the challenges of the information
and computer era**

*Институт государства и права им. В.М. Корецкого Национальной академии наук Украины, г. Киев
Institute of state and law named V.M. Koretsky of the National Academy of Sciences of Ukraine, Kyiv*

Внедрение в жизнь и государственное управление Украины современных информационно-коммуникационных технологий потребовало от общества определенной мобилизации и ускоренного устранения многих факторов социально-экономического характера, — главного — информационно-коммуникационного неравенства. Жизнь потребовала законодательного обеспечения права граждан на доступ к свободному использованию информации.

Ключевые слова: информационно-коммуникационные технологии, государственное управление, информация.

The introduction of modern information and communication technologies in the life and public administration of Ukraine required the society to mobilize and accelerate the elimination of many factors of socio-economic nature—the main-information and communication inequality. Life demanded legislative provision of the right of citizens to access to free use of information.

Key words: information and communication technologies, public administration, information.

Внедрение в жизнь и государственное управление Украины современных информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) потребовало от общества определенной мобилизации и ускоренного устранения многих факторов социально-экономического характера, — главного — информационно-коммуникационного неравенства. Жизнь потребовала законодательного обеспечения права граждан на доступ к свободному использованию информации. В сегодняшнем мире оно сформировало исключительно сложный по смыслу, форме и содержанию ресурс развития общества. Вместе с тем, события, которые разворачиваются вокруг доступа и права на информацию сегодня в информационно-коммуникационном пространстве Украины под воздействием мировых процессов, все больше вызывают озабоченность. Опыт, который мы накапливаем, дает понимание того, что новейшие ИКТ являют собой мощное оружие и предоставляют возможность игрокам мировой политики поработать народ манипуляцией, лишая его уверенности, полнокровной духовной жизни и роста. Мы уже имеем печальный опыт безответственного использования их

возможностей для аккумуляции взрывной энергии народа, вставшего на путь поиска справедливости, свободы и независимости, и в этом заключается одна их фундаментальных причин неустойчивости общества к вызовам информационно-коммуникационной эры.

Начало XXI века дало нам возможность увидеть и почувствовать организацию энергетических взрывов разных народов и не стоит думать, что на площади Каира, Москвы, или Киева в разные годы проходили только обманутые властью, разного возраста, люди стихийно. Они там, безусловно, присутствовали, но без нравственных посланий к власти предрежающим, и суть дела даже не в том, что их кто-то обманул, а в их собственном самообмане. У нас, в частности, на Майдан в Киеве выходил не средний класс, которого в Украине давно нет, и не национально ориентированная интеллигенция, которая уже давно вымерла, а хорошо организованные люди, у кого вдруг возобладало чувство собственного достоинства. Это были не простые граждане — они во все времена просто работают. Это были определенным образом собранные с помощью информационно-психологических манипуляций новейшими ИКТ люди. Они в толпе Майдана, по словам украинского поэта Павла Тычины, выбирали атаманами чабанов, то есть поводырей, по логике наименее подготовленных к работе с людьми, и тем сами препятствовали естественным процессам своей трансформации в идеальный, хотя и абстрактный, нормативный тип человека новой эры.

Так, скажем, было в бурном 1918 году, когда об этом писал П. Тычина, в частности, в январе, когда возле казенного завода «Арсенал» Киевский комитет партии большевиков организовал баррикады на пути конных отрядов гайдамаков. Последние спешили на защиту топливных складов Юго-западной железной дороги, по которой шла армия Муравьева из России для свержения власти Центральной Рады в Киеве. Раненых защитников баррикад укрывали в прилегающих стенах завода, который, после кровопролитного штурма баррикад, был захвачен войсками Симона Петлюры (в штурме участвовали казаки Гайдамацкого коша Слободской Украины и 1-я сотня куреня Сечевых стрельцов) утром 22 января (4 февраля). Там они зверски и порубили раненых. Реально кадровых рабочих завода «Арсенал» на баррикадах почти не было, но миф о восставшем «Арсенале» советской идеологией был великолепно использован и казался вечным.

Во все времена на Майданы шли люди, поднятые яркими (пламенными) лозунгами и речами политиков о праве народа на свободу, равенство и справедливость. Все это повторилось, но без кровопролития, в Киеве в 2004 году, тогда офицеры Службы безопасности Украины предотвратили силовой вариант подавления трансгрессивных людей, в психотипе которых всегда ярко проявляются тенденции к форсированию развития событий. Не говорим о тех, кого просто вовлекли в процесс за деньги. Среди митингующих были школьники, студенты, аспиранты, преподаватели и сотрудники различных офисов. Решение проблем своей «неудачной» жизни, заброшенности, отчужденности, тотальной несправедливости власть предрежающих, они, к сожалению, связали с организаторами Майдана и именем «мессии» — Виктором Ющенко. Человеческое под влиянием телевидения, лозунгами свободы и гуманизма

проникло в их головы, но в них самих его оказалось мало. Митингующая толпа не нашла для них ни идей развития, ни общих интересов, — их вихрем, как магнитом, втянуло в революционные события, где стихия бунта народа, разогретая политиками — «чабанами» (в своей массе безответственными дилетантами, от партий, которые у нас так и не стали идеологическими), использовалась для достижения нужных для игроков мировой политики результатов. Уже в 2014 году на втором Майдане без кровопролития не обошлось, Майдан который стал роковой, хорошо спланированной специалистами ловушкой — бедой для страны. Импульс неприятия народом тотальной социальной несправедливости со стороны власть предержащих выплеснулся. Президентом Украины был избран ограбивший страну и проклинаемый сегодня народом Петр Порошенко, который, как показывает время, в мираже политических лозунгов, оставил обычному человеку только горький опыт обманутого.

Вместе с тем, космополитическая часть общества или глобалисты, продемонстрировавшие не вылезаящих из Internet и иных сетей людей, впитавших глобализм и его коды с младенчества в деле, продолжают начатую работу. Их вольная трактовка многих понятий, в частности, понятия «свобода», и, как следствие, событий, которые происходят у нас, пугают своей непредсказуемостью. Уже видно, что генерируют их течения и фигуры, которые действуют скрытно, не афишируют себя, хотя уже достаточно легко определяются. В обществе начинают даже называть создателей тех или иных «новаторских», в основном деструктивных, идей, но, к сожалению, людей-лидеров способных отвернуть народ от падения в бездну на резком (переломном) повороте истории пока не видно. Уже три десятилетия независимости граждане Украины переживают феерический период побед и разочарований, но идеалистические программы и планы политиков по обустройству справедливого общества не влияют положительно на процесс роста благосостояния народа. На бурных митингах нам, как и нашим предкам, пришлось услышать массу прекрасных мыслей и идей, но от этого мы не пошли дальше, и, как писал в свое время Генри Форд «... придя домой, увидели, что огонь в домашнем очаге погас...»⁷⁴. Попытки организаторов политических процессов повернуть украинский народ в сторону реализации «американской мечты» в расслоенном и разоренном приватизацией обществе не вызывает оптимизма.

Вот и сегодня, с избранием во власть нового Президента Украины Владимира Зеленского с рейтингом доверия почти 74 % голосов избирателей, чувство горького и болезненного разочарования от осознания того, что новая власть демократичной и независимой Украины, гордо назвавшая себя по Г. Форду «Слугами народа», не видит, что развитие современного государства, управление которым основано на использовании новейших ИКТ, должно больше соотноситься со сферой духовного развития человека.

⁷⁴ *Генри Форд. Моя жизнь, мои достижения.* / Генри Форд; [пер. с англ. Е.А. Кочерина] — Москва: Издательство «Э», 2016. — 224 с.: ил. (Репринт первого издания на русском языке. Генри Форд. Моя жизнь, мои достижения. Ленинград «Время», 1924 год). — С. 8.

Выбирая себе, опять-таки, по Г. Форду, благозвучную роль слуг народа, власть не учитывает опыт крушения крупнейших идеологий XX века (коммунизма и фашизма), которые брались за решение проблем воспитания «нового человека». Для марксистов — это должен был быть человек, наделенный коммунистической сознательностью, полностью свободный от кодов классового общества. Германский национал-социализм выдвигал свою версию «нового человека» — через «расовую гигиену», «выведение чистых арийцев» ...

Вот и новоизбранный Президент Украины Владимир Зеленский говорит — «Посмотрим правде в глаза, Украина, которая 28 лет строилась руками «профессиональных государственников», сегодня просто неконкурентоспособна в мире. Современные политики связаны давними обидами, кумовством, бизнес-проектами, не способны изменить страну. Украина сегодня нуждается не просто в новых лицах. Она требует новых идей! Моя главная задача — привести к власти порядочных и патриотически настроенных специалистов».⁷⁵

Новым трендом развития государства Президент Украины избрал реализацию грандиозной информационно-коммуникационной стратегии управления страной через смартфон, она так и называется «Страна в смартфоне», а поэтому природа, сущность и смысл ее разработки и функционирования нравственной парадигмы все больше интересуют наших граждан. Она предполагает отслеживать настроения и удовлетворять потребности граждан Украины через активное использование средств мобильной связи. Однако убедить специалистов в том, что через такие технологии государство сможет выполнить информационно-коммуникативную функцию, сложно. Глядя через призму проблем технологической безопасности мобильных средств связи и понимания того, что информация, приобретая сетевые качества, уже стала чрезвычайно уязвимой, а потому сложно гарантировать, что такая всепроникающая, влияющая на все социально-экономические преобразования сила, как информация, станет ресурсом нашего развития. Сегодня, ведя разговор о теории и практике информационно-коммуникационной деятельности процессы безопасности развития государства, нужно знать точно. Громкие заявления, пришедших к власти чиновников, об общем экономическом росте не соответствуют действительности, общество катастрофически расслаивается, молодежь в поисках работы покидает страну.

Майданы мира, где децентрализованные люди из виртуального мира продемонстрировали свои возможности, показали, что нынешний мировой экономический кризис дал пока сбой в организации больших социально-политических проектов, а использование возможностей новейших ИКТ для их реализации требует анализа. Но опыт Майданов предупреждает мир, что грядут глобальные изменения. Ликвидировать последствия надвигающегося глобального экономического кризиса обычными мерами, видимо, будет практически невозможно, а поэтому следует ожидать серии масштабных социально-экономических катастроф, которые отвлекут внимание человечества от открывшейся бездны и перспектив смертоносных череды

⁷⁵ Інавгураційна промова Президента України Володимира Зеленського. [Електронний документ]. Режим доступу: <https://www.president.gov.ua/news/inavguracijna-promova-prezidenta-ukrayini-volodimira-zelensk-55489>

социальных взрывов и кризисов. В любом случае глобалисты меняют тактику и, очевидно, обратятся к методам прямого и недемократического управления. Продолжением такого развития событий могут стать сценарии фантастических романов или фильмов про борьбу людей с обезьянами или роботами и неизвестно, с плохим или хорошим исходом. С чем мы имеем дело — с предпоследним или с последним кризисом, мы поймем в самое ближайшее время.

Пока пламенные речи и крики-заклинания лидеров со сцен Майданов, как показывает время, не смогли расколоть сознание украинского народа. Националисты не бросились в объятия к либералам, демократы не обцеловывали империалистов, атеисты не восприняли верующих. Ментальность людей «виртуального» мира пока находится за пределами понимания консервативного сознания общества, а политика является делом людей реального мира. Однако, победа виртуальной партии «Слуги народа» на парламентских выборах 2019 впечатляет, хотя в сознании, слушая отдельные выступления ее депутатов в Верховном Совете Украины, возникает только одно чувство — «бред», которое можно декодировать только через понятие «клиповое сознание». То есть, сознания, наполненного содержанием получукмых SMS. Такое сознание и называют клиповым, потому что у него нет ни прошлого, ни будущего, один момент воспроизводимого настоящего стирается другим моментом, который полностью капсулируется сознанием, запрещая ему из будущего смотреть на себя из прошлого. Сознание существует только в настоящем, а это означает, что оно является неререфлективным, то есть не подчинено цели осмысления собственных действий и их основания.

Методологическую «ошибку» — мыслить о новой цивилизации «Третьей волны» в терминах и понятиях теоретика «Второй волны» надо срочно исправлять. Смысл, структуру и общность вкусов своих граждан к жизни — эти взаимосвязанные условия построения нашего устойчивого будущего, в котором будут жить обогащенные опытом последней технологической революции люди, следует изучать более глубоко и учитывать тенденции их развития. Их уже нельзя игнорировать, разрабатывая стратегии и доктрины развития и безопасности независимых государств. К сожалению, в законах Украины отсутствует целостная картина того, кто, как и каким образом, власть должна нести ответственность за формирование государственной информационно-коммуникационной политики и выполнять информационно-коммуникационную функцию. Как и какими идеями руководствоваться, внедряя новейшие информационно-коммуникационные системы в процессы управления государством и обществом, предстоит ответить науке.

Таким образом, перед нами стоит задача — осуществить разработку научных программ создания новой государственной информационно-коммуникационной политики и алгоритмов исполнения властью информационно-коммуникационной функции с учетом необходимости формирования нового мировоззрения своих граждан на основе требований виртуальной философии и психологии. Другими словами, надо реализовать возможности человека в новой психо-компьютерной реальности. Для этого потребуется новое философское осмысление опыта реализации, как уходящей

коммунистической идеологии, так нарождающейся виртуальной, где-то утопической, футурологической, основанной на прогнозах создателей теории постиндустриализма, а, главное, призывать общество к бдительности перед лицом новых угроз, которые уже генерируются в глубинах нового тысячелетия.

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

С.Э. Федорин
Stanislav Fedorin, fedorinstanislav@yandex.ru

Информационное общество в аспекте теорий когнитивной эволюции **The information society in the aspect of theories of cognitive evolution**

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

Определенную роль в прояснении проблем информационного общества способно сыграть обращение к существующим теоретическим описаниям процессов развития. Это теории, в которых рассмотрено фактически имевшее место развитие, а также предложены интерпретации процессов накопления опыта. В частности, речь идет о изучении развития когнитивных процессов в живой природе.

Ключевые слова: информационное общество, постиндустриальное общество, неопределенность, когнитивная эволюция, априори, технократия.

A certain role in clarifying the problems of the information society is able to play an appeal to existing theoretical descriptions of development processes. These are theories in which the actual development that has taken place is considered, and interpretations of the processes of accumulating experience are also proposed. In particular, we are talking about studying the development of cognitive processes in living nature.

Keywords: information society, post-industrial society, uncertainty, cognitive evolution, a priori, technocracy.

Проблема информационного / постиндустриального общества и возможные пути к ее прояснению. Во второй половине XX века появляется тренд рассмотрения современности, за которым закрепляется эффективное название теории «постиндустриального общества». Широкое распространение термина начинается после выхода книги Д. Белла «Грядущее постиндустриальное общество. Незадолго до этого стала известна новаторская книга «Футуршок» («Столкновение с будущим»), Элвина Тоффлера, который впоследствии предпочитал использовать собственный термин «третья волна».

И. Ансофф отнес возникновение качественного изменения в бизнесе к 50-м годам и зафиксировал его определяющую черту как неопределенность. Прошлый опыт фирм перестал быть руководством для будущего: «постиндустриальная нестабильность» зародилась в середине 50-х годов в США и затем распространилась на Западную Европу. Начиная с 50-х годов перемены уже нельзя было связывать с прежними тенденциями. Они случались всё быстрее и являлись всё менее предсказуемыми.

Популярность термина «постиндустриальный» очевидным образом связана с последовательностью «доиндустриальный», «индустриальный» и, соответственно, «пост-». Вся серия позволяет незатейливо быть изложенной для учеников средней школы в качестве понятной для обыденного здравого смысла метаисторической схемы.

Впоследствии наряду с термином «постиндустриальное» стало часто использоваться обозначение «информационное». Часто можно видеть, что их попросту отождествляют. Однако против этого нужно решительно возразить – как по теоретическим соображениям, так и по чисто фактическим. Концепция «постиндустриального» общества, начиная с Белла имеет выраженный политический уклон. В ней утверждается отнюдь не только то очевидное обстоятельство, что информационные технологии занимают ведущие позиции. Белл характеризует постиндустриальное общество как имеющую определенную властную структуру, опирающуюся на технократию. И именно это обстоятельство, а не превалирующее значение компьютерных технологий является наиболее существенным для данного автора. В не меньшей степени важные социально-политические следствия, хотя и совсем другой направленности, проистекают из концепции Тоффлера.

Положение с идеей «постиндустриального общества» и самим термином «постиндустриальный» весьма курьезно. Одни исследователи – и даже целые коллективы активно критикуют «постиндустриализм» как несостоятельную концепцию. Так, в монографии 2012 года, специально посвященной критическому анализу «постиндустриализма», утверждается, что «помимо завышенной претензии на объяснительный и прогностический потенциалы, теория постиндустриализма впоследствии приобрела признаки манипулятивного когнитивно-информационного проекта» [1, с. 2]. Одновременно другие авторы как ни в чем не бывало продолжают излагать дело так, что «постиндустриальное, информационное общество занимает свое место в истории человеческого общества, следуя за индустриальным» [2, с. 67].

В отличие от «постиндустриального», «информационное общество» – понятие, которое не отсылает к какой-то фундаментальной – и уже тем самым проблематичной – концепции исторического развития. Оно фокусируется просто на ряде несомненных изменений в технологической основе социума, дистанцируясь от социально-политических следствий. В этой связи вполне закономерно, что «информационное общество» на сей день де-факто стало официально принятым термином, который закреплен в государственных документах. В частности, президентом подписана «Стратегия развития информационного общества в Российской Федерации».

Даже сама по себе невразумительность, связанная, с концептом постиндустриального общества свидетельствует о исключительно неопределенном характере этого фазиса исторического развития. Мы предполагаем, что определенную роль в снижении обрисованной неопределенности, способно сыграть обращение к существующим теоретическим описаниям процессов развития, изученных в достаточно большей мере. Это теории, в которых рассмотрено фактически имевшее место развитие, а также предложены интерпретации процессов накопления опыта. В частности, речь идет о биоэпистемологии, изучающей развитие когнитивных процессов в живой природе.

Преимущества и проблемы биологии познания. Значительный импульс эволюционной эпистемологии придал К. Поппер. Его излюбленная идея развития научных теорий посредством продуцирования и устранения ошибок – вместо

«оправдания теорий наблюдениями» – должна была найти подтверждение в природных процессах. Однако замысел рассматривать человеческое познание в соотнесении с результатами исследований о когнитивных процессах в природе выходит за пределы политизированных интересов Поппера.

Идея эволюционной эпистемологии – и шире – *биоэпистемологии* – состоит в том, что когнитивные процессы свойственны всему живому, жизнь как биологический процесс и познание неотделимы друг от друга. Это позволяет поставить вопрос о самой сути познания – как о том, что, с одной стороны, прослеживается во всех проявлениях жизни и, с другой стороны, определенным образом разворачивается во времени и усложняется от простейших случаев, до наиболее совершенных.

Преимущество эволюционной эпистемологии в том, что она предоставляет ракурс рассмотрения, который позволяет выйти за пределы не критичных традиционных антропоморфных подходов. Тем самым возникает шанс преодолеть бэконовских «идолов познания», суть которых всех – в неспособности субъекта взглянуть на себя со стороны. Насколько, однако можно вообще говорить о познании с позиций биологии? С одной стороны, конечно же, не может быть ограничений в науке на построение любых моделей происходящего и на привлечение в этой связи любых терминов из повседневного языка или какой-либо научной дисциплины. Но следует отдавать себе отчет, что в таком случае имеет место лишь очередная модель, а не выявление истины с каких-то привилегированных позиций.

Следует, однако отметить, что познание – вопрос именно философский потому, что познание – важное представление из области того, что Гуссерль называл «жизненным миром». И проблема состоит в том, чтобы не просто предложить какое-то толкование (модель) познания на основании некоторых естественнонаучных данных, но соотнести его именно с обыденными представлениями о познании. В частности – выявить, насколько влияют на «научные» модели познания обыденные и традиционные представления. С другой стороны, наоборот – насколько можно и нужно скорректировать обыденные и традиционные представления о познании с позиций тех или иных научных данных. Представления же «жизненного мира» – едва ли предмет биологии, это философская проблематика.

Элементарная форма и этапы когнитивной эволюции. Если поставить вопрос о элементарной форме когнитивных процессов, то можно предположить, что в этом качестве выступает приобретение некоторых «сведений» о жизненном процессе, которые способствуют этому процессу и которые в самом общем виде представляют собой *сортировку* обстоятельств по их воздействию на жизненный процесс.

Какие этапы можно выделить в когнитивной эволюции? Определенный ответ на этот вопрос едва ли существует, возможны разные варианты ответа. Но позволительно предположить следующего рода серию. Самое исходное и общее знание – то, которое приобретается родом (в биологической терминологии – скорее, видом) и *закрепляется генетически*. На уровне индивида либо вообще нет участия в сортировке типов поведения, либо же такое участие – сколь угодно значительное – все равно дополняется независимым от него родовым наследственным отбором. В частности,

фундаментальные характеристики типа окраски, численность потомства и т.п. не имеют никакого отношения к накоплению информации отдельной особью. Вид просто сохраняет гены тех, кто оставил потомство.

На следующем уровне сортировка полезного и вредного происходит на уровне *индивида*. Сведения могут *не накапливаться* в индивиде, но обеспечиваться исключительно генетическими механизмами. Однако они также они могут и *накапливаться в индивиде*, что сообщает ему большую степень жизненного успеха. Чем такой успех индивидов полезен роду? По всей очевидности, нет какого-то выбора между одной и другой стратегией выживания, но всегда действует и та и другая. В любом случае, индивиды, лучше приспособленные (способные сортировать обстановку и избирательно реагировать) оставляют больше *потомства*, что закрепляется в генетических структурах.

Наконец, сортировка полезного и вредного, накопленная индивидами, передается с помощью средств, которые, вслед за Кассирером, можно обозначить как *символические*. Тут уже дело не в индивидуальном потомстве. *Бездетные передовые особи* способны предоставить ценные средства выживания в распоряжение группы, которая выступает как вполне новая единица эволюционных процессов, не связанная (по крайней мере, прямо) с генетическими механизмами. Вместе с тем группа может удержать отнюдь не то, что представляется важным для самих индивидов-передовиков (проблема, впоследствии волновавшая Ницше). Согласно Лоренцу, новаторский процесс группового негенетического наследования возникает уже у животных в виде такой когнитивной функции, как традиция. Однако именно у человека символические средства получают чрезвычайное развитие.

Таким образом, происходит возникновение «культуры» - родовой инстанции приобретения и накопления сведений, не «генетической» фиксации. Культура, как и природный род, стоит «над» индивидами. Культура создает собственные средства продуцирования, разработки и удержания индивидуальных достижений. В них можно увидеть аналоги генетического механизма, который закрепляет отнюдь не обязательно то, что оказалось индивидуально эффективным.

Уроки эволюции: род как субъект познания. Важным уроком исследования когнитивной эволюции является понимание того (или напоминание о том), что род имеет собственный интерес, отличный от интересов индивидов. В этой связи следует осознать, что «зеркальное» *отображение* (термин, получивший известность благодаря Р. Рорти) – это наиболее распространенное и устойчивое представление о познании. Господствующая докса состоит в том, что мир внеположен индивиду, который воспринимает некие отпечатки из внешнего мира, получает «информацию». Такое понимание – как субъект-объектное разделение – оформилось в Новое время в результате успеха картезианства. Известная «ленинская теория отражения» должна быть причислена к разновидностям «зеркальной» интерпретации познания.

Но в контексте биологии познания *субъект-объектная схема* обнаруживает свои слабости. Прежде всего, индивид не является субъектом когнитивных процессов, бенефициар тут – род. Если отдельная особь находит способы поведения, которые

позволяют ей выжить более успешно, нежели другим особям, это может ничего не значить с точки зрения вида. Важно то, сумела ли эта особь оставить достаточно обильное *потомство*, а это отнюдь не то же самое, что жизненный успех самой особи. Данное обстоятельство идет вразрез с расхожими представлениями о «борьбе за существование», в которых доминирует именно индивидуальный успех.

Но даже если статус субъекта отдать роду, то относительно него следует признать, что он (род) в своих познавательных достижениях вовсе не репрезентирует среду (У. Матурана), т.е. не отображает ее, не создает ничего подобного «зеркальному» отображению. То, что «познает» (закрепляет в генетической памяти) род – это не сведения о внешнем мире. Это сведения о *способах действий*, поведения, которые целесообразны с точки зрения сохранения именно рода.

В этой связи говорят о проблеме, является ли приспособление к среде приобретением *объективного знания* [3, С.37]. Однако так поставленный вопрос слишком абстрактен и нуждается в конкретизации. Вместе с тем, на наш взгляд, есть неподдельно важные проблемы, которые могут получить прояснение именно из обращения к био-эпистемологической проблематике. Дело, в частности, касается того, насколько получившие надындивидуальное закрепление способы деятельности (априорные схемы) способны препятствовать адекватному пониманию происходящего, требуемому актуальным моментом. Как раз это способно касаться современного этапа исторической эволюции, часто обозначаемого как «информационное общество».

Априорные структуры и проблематика информационного общества. Проблематика кантовских категорий неизменно привлекает внимание тех, кто исследует познание с естественнонаучных позиций. В ставшей классической статье Лоренца «Кантовская концепция априори в свете современной биологии» в качестве априорных рассматриваются познавательные структуры, которые получены индивидом от рода, а не созданы им в ходе собственной деятельности. [3, С 37] Таким образом понятая «априорность (заданность) познавательных структур человека обусловлена в равной мере и биологически, и социально» [4, с 184].

Проблема видится в следующем. Биологическая и культурная адаптация приводят к тому, что вырабатываются когнитивные схемы, понуждающие людей воспринимать происходящее неким особенным образом. Этот образ устойчив и позволяет эффективно действовать в рамках некоторых определенных реалий. Но он же препятствует выходу за эти рамки, что становится контрпродуктивным в ситуации, когда одни реалии вытесняются другими. А такая смена реалий как раз принадлежит к характерным особенностям исторического процесса и в особенности – в «постиндустриальной» современности.

Как уже было отмечено, темп технологических новаций в условиях информационного общества возрастает почти *катастрофически* – по причине небывалого отставания способности людей осмыслить происходящее и выработать адекватные социальных институты.

Теоретическое понимание происходящего в обществе отсутствует, его только предстоит создать. Но надлежащий подход к делу предполагает трезвую оценку недостаточности понятийных средств и осознание цели преодоления данной проблемы. Однако вместо признания имеющегося тягостного положения дел, общественное сознание определяется *примитивными интерпретационными схемами*. В последних следует видеть результат действия «априорных» познавательных структур, обусловленных и закрепленных как биологически, так и культурно. Они суть результат более «спокойных» (в плане постепенности развития) периодов истории. Эти схемы дают себя знать не в технических вопросах, с которыми человеческий рассудок по-прежнему успешно справляется, но именно в попытках осмыслить *сложные системные процессы* общественного развития.

Особая самоуверенность технократов. Принципиально неадекватные подходы к интерпретации происходящего находят поощрение в специфических *теориях технократии*. Еще Д. Белл выдвинул идею, что в постиндустриальном обществе принятие решений осуществляет «класс профессионалов», владеющий знаниями, а не собственностью, который, в отличие от класса собственников (т.е. капиталистов) руководствуется уже не эгоистическими соображениями, но «этикой их деятельности». В еще большей степени апологетическую по отношению к технократии концепцию предложил Р. Флорида в получившем широкую известность исследовании «Креативный класс».

Такого рода теории успешно функционируют, укрепляя самомнение людей, чей род деятельности так или иначе связан с новейшими технологиями, в частности, представителями ИТ индустрии. Их вполне обыденное здравомыслие представляется им самим в качестве передового рубежа мышления человечества. Тем не менее нет оснований считать, что технократы имеют какие-либо преимущества перед другими людьми в способности к пониманию сложных системных процессов «с положительной обратной связью» (Фолльмер).

Литература:

1. Постиндустриализм. Опыт критического анализа. Монография — М.: Научный эксперт, 2012.
2. Исаев Б.А. «Место в истории и характерные черты постиндустриального, информационного общества». Философия и гуманитарные науки в информационном обществе, 2019, № 2(24)
3. Овчинников С.Е. Научная объективность и эволюционная эпистемология. Сибирский философский журнал. 2018. Т. 16. №4 С. 36-45.
4. Куликова О.Б. Познавательные возможности человека и проблема а priori в обоснованиях эволюционной эпистемологии. В сборнике: Состояние и перспективы развития электро-и теплотехнологии (Бернардосовские чтения). Материалы Международной (XX Всероссийской) научно-технической конференции. Иваново, 2019. С. 182-184.
5. 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.

Секция 2. Системный анализ информационно-коммуникационных технологий **Systems analysis of information and communication technologies**

УДК 001.8, ББК 1.80

В.Н. Волкова¹, А.Е. Леонова², А.В. Логинова³
Violetta Volkova, Alla Leonova, Alexandra Loginova
violetta_volkova@list.ru; alexandra-lo@yandex.ru;

Становление и развитие информационно-коммуникационных технологий **Becoming and development of information and communication technologies**

^{1,2}*Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого*
³*АО «НИЦЭВТ» Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University АО «NICEVT»*

В статье проводится анализ становления и развития информационно-коммуникационных технологий (ИКТ). Предлагается многоуровневая классификация ИКТ и рассматриваются варианты классификаций инновационных технологий третьей и четвертой промышленных революций. Показано, что современные технологии образуют достаточно обширное неупорядоченное пространство, которое непрерывно расширяется, оказывает воздействие на все сферы социально-экономических систем. Поэтому и необходимо их философско-методологическое осмыслению, разработка и применение методов их анализа и выбора для конкретных организаций.

Ключевые слова: информационно-коммуникационные технологии, инновационные технологии, информационное общество, НБИК-технологии, промышленные революции.

In this article the analysis of the formation and development of information and communication technologies (ICT). A multilevel classification of ICT is proposed and options for classifying innovative technologies of the third and fourth industrial revolutions are considered. It is shown that modern technologies form a rather vast disordered space that is constantly expanding, has an impact on all areas of socio-economic systems. Therefore necessary their philosophic-methodological understanding, development and application of methods for their analysis and choice for specific organizations are necessary.

Keywords: information-communication technologies, industrial revolutions, information society, innovative technologies, NBIC technologies.

Введение

Началом возникновения информационных технологий можно было бы считать изобретение В. Шиккардом «Считающих часов» (1623 г.), или машины Б. Паскаля «Паскалины» (1642 г.), или первой программируемой машина Ч. Бэббиджа (1823 г.). Однако термин «информационные технологии» в его современном смысле впервые появился в статье Г. Дж. Ливиттом и Т. Л. Уислером, опубликованной в 1958 г. в Harvard Business Review [1]. Поэтому считается, что информационные технологии начали активно развиваться с 1960-х годов, вместе с появлением и развитием первых информационных систем.

В настоящее время становится все более очевидным, что активное развитие информационных технологий в ближайшее время изменят промышленность, транспорт, экономику в целом. При этом технологические инновации могут оказывать как положительное, так и отрицательное воздействие на все сферы социально-экономических систем, и необходимо принимать решения о целесообразности выбора технологий для конкретных организаций с учетом полезности и последствий их внедрения.

Поэтому важно проводить анализ развития информационно-коммуникационных технологий, разрабатывать методы их анализа и прогнозирования перспектив развития и использования.

1. Классификация ИКТ

В настоящее время не существует устоявшейся классификации информационных технологий (ИТ) или как их в связи с активным развитием средств мобильной связи, обработки и представления информации стали называть – информационно-коммуникационных технологий (ИКТ). Разнообразные технологии изучаются в разных дисциплинах. Предложена [2. 3] многоуровневая классификация ИТ (рис. 1), основанная на распределении снизу вверх по стратам методов, инструментальных и технических средств работы с информацией по мере их усложнения – от средств, обеспечивающих общение человека с ЭВМ, сбор, хранение, поиск, различные способы обработки информации, до извлечения знаний и возникновения новой информации в результате применения комплекса методов.



Рис. 1. Классификация информационно-коммуникационных технологий

Отдельные страты можно было бы сформировать для технологий, обеспечивающих автоматизацию все более сложных функций обработки информации, приближающихся к интеллектуальным функциям человека. Эти технологии можно объединить термином

«интеллектуальные технологии». Однако с учетом возникновения и развития таких технологий на Рис.1 сохранены термины, применяющиеся при возникновении этих видов технологий — интернет-технологии, интеллектуальные технологии и нано-, био-, инфо- и когнитивные технологии (НБИК-технологии). Общим для этих видов технологий является комплексное использование технологий, в том числе новых, представленных на каждой предшествующей страте В частности, интеллектуальные технологии базируются на использовании технологий извлечения знаний, экспертных систем, систем поддержки принятия решений (СППР), нейронных сетей, инициированных идей электрических сетей и биотехнологий.

2. Концепции упорядочения современных технологий

Развитие человечества всегда происходило на основе научных идей и технологий. До XVIII века этапы развития мира классифицировались в соответствии с достижениями научных направлений: *механический период* (механика и начала автоматизации), *новое время* (создание основных научных методов – Ф. Бэкон, Р. Декарт, Г. Лейбниц, И. Ньютон и др.), *период эволюционных идей, диалектико-материалистический период*.

Но в XVIII веке началось активное развитие техники и технологий для использования в промышленности. Исследования истории становления и развития промышленной автоматизации инициировали создание новых подходов к классификации периодов развития мира.

В настоящее время наиболее распространенными являются три концепции классификаций периодов развития человечества и соответствующих этим периодам технологий:

- концепция трех волн американского философа, Элвина Тóффлера (Alvin Toffler), в которой вводятся понятия: первая волна – аграрное общество, вторая волна – индустриальное общество, третья, новая волна – создание информационного, или постиндустриального, или инновационного общества [4];

- концепция технологических укладов, предложенная академиком РАН Д.С. Львовым и С.Ю. Глазьевым [5], в которой выделено 6 периодов развития технологий, определяемые ведущими технологиями соответствующих этапов (рис. 2);

- концепция промышленных революций (ПР), которая развивалась постепенно разными авторами: **первая ПР** (конец XVIII — начало XIX вв.) – механизация производства на основе освоения энергии воды и пара, переход от аграрного уклада к промышленному производству; **вторая ПР** (конец XIX в. – начало XX в.) – изобретение и широкое распространение электричества, внедрение конвейера и возникновение массового производства; **третья ПР** – начало активного развития и внедрения информационных технологий (с 1960-х гг.), промышленных роботов, автоматизации производства (с нач. 1970-х гг.), использование возобновляемых источников энергии и smart-grid (Дж. Рифкин [6]), 3D-технологий, возникновение концепций индивидуального и гибридного производства (К. Андерсон [7], П. Марш [8], С.С. Губанова [9]), концепции НБИК-конвергенции; **четвёртая ПР** – взаимное проникновение информационных и передовых промышленных технологий,

возникновение киберфизических систем, интеграция цифрового, физического и биологического миров (К. Шваб [10, 11]).

Заключение. На основе анализа существующих классификаций информационно-коммуникационных технологий можно сделать вывод, что проблема первый этап становления науки о технологиях еще требует дальнейших исследований. За основу может быть принята классификация, предложенная на рис. 1.

Во многих работах приводятся примеры применения отдельных инновационных технологий, в то время как К. Шваб считает, что наиболее непредсказуемый результат получится при комплексном внедрении взаимодействующих технологий. При этом вначале инновационные технологии будут использоваться по отдельности, но *«вскоре наступит тот переломный момент, когда они начнут развиваться, наслаиваясь и усиливая друг друга, представляя собой переплетение технологий из мира физики, биологии и цифровых реалий»* [0, с. 9].

Объединение технологий осуществляется с помощью киберфизической системы (*Cyber-Physical System – CPS*). При совместном использовании и взаимном проникновении технологий можно прогнозировать в соответствии с основной закономерностью открытых систем Л. фон Берталанфи эффект эмерджентности, т. е. возникновения новых результатов по сравнению с использованием отдельных технологий, которые могут оказывать как положительное, так и отрицательное влияние. К. Шваб предсказывает, что *«Технологии помогут найти решение многих проблем, с которыми мы сталкиваемся сегодня, но они сами и усугубляют некоторые из этих проблем»* [10, с 273].

С учетом рассмотренного необходим углубленны философско-методологический анализ инновационных технологий, разработка методов и моделей сравнительного анализа и выбора инновационных технологий с учетом их особенностей, возможностей, полезности и последствий их внедрения.

Литература:

1. Harold J. Leavitt, Thomas L. Whisler. "Management in the 1980's" (англ.). Harvard Business Review (1958).
2. Классификация информационных технологий / В.Н. Волкова, А.Ю. Васильев, А.А. Ефремов, В.Н. Юрьев, Н.Б. Паклин // Научно-практич. журнал: Прикладная информатика. Том 10. № 5 (591) 2015. М.: Market, 2015. С. 127–147.
3. Information Technologies to Support Decision-Making in the Engineering and Control / V.N. Volkova, A.Y. Vasiliev, A.A. Efremov, A.V. Loginova // Proceedings of 2017 20th IEEE International Conference on Soft Computing and Measurements, SCM 2017. 20. 2017. P. 727-730.
4. Тоффлер Э. Третья волна The Third Wave, 1980. М.: АСТ, 2010. 784 с.
5. Львов Д.С., Глазьев С.Ю. Теоретические и прикладные аспекты управления НТП // Экономика и математические методы : журнал. М., 1986. № 5. С. 793-804.
6. Рифкин Дж. Третья промышленная революция: Как горизонтальные взаимодействия меняют энергетику, экономику и мир в целом. М.: Альпина нон-фикшн, 2014. 410 с.
7. Anderson Chris. Markers: The New Industrial Revolution. New York, NY: Crown Publishing Group, 2012. 272 p.
8. Марш П. Новая промышленная революция. Потребители, глобализация и конец массового производства. М.: Изд-во Института Гайдара, 2015. 420 с.
9. Губанов С.С. Державный прорыв. Неоиндустриализация России и вертикальная интеграция». М.: Книжный Мир, 2012. 224 с. (Серия «Сверх держава»).
10. Шваб К. Четвертая промышленная революция. Перевод с англ. М. : Изд-во «Э», 2017. 208 с.
11. Шваб К., Дэвис Т. Технологии четвертой промышленной революции. М.: Изд-во «Э», 2018. 320 с.

**Философский анализ особенностей технологий
четвертой промышленной революции**
**Philosophical analysis specific features of the technologies
of fourth industrial revolution**

*Институт научной информации по общественным наукам Российской Академии наук (ИНИОН
РАН), Московский педагогический государственный университет
Institute of Scientific Information for Social Sciences of the Russian Academy of Sciences
Moscow State Pedagogical University.*

В статье обосновывается необходимость философского осмысления и пропаганды инновационных технологий четвертой промышленной революции.

Рассматриваются основные идеи третьей и четвертой промышленных революций. Делается вывод о том, что к настоящему времени возможности традиционных информационно-коммуникационных технологий (ИКТ), которые в последние годы были двигателем экономического прогресса, исчерпаны. Новейшие технологии третьей и четвертой промышленных революций принципиально отличаются от традиционных ИКТ. Их влияние не ограничивается производством и распространяется на все виды человеческой деятельности. Становится все более очевидным, что активное развитие технологий вскоре изменит промышленность, транспорт и экономику в целом. Технологии образуют довольно обширное неупорядоченное пространство, которое постоянно расширяется. В то же время технологические инновации могут иметь как положительные, так и отрицательные последствия. Поэтому необходимо философско-методологическое понимание смысла и роли инновационных технологий. Чтобы понять предсказанные изменения, обоснована необходимость применения междисциплинарных знаний, в частности, теории открытых систем. При совместном использовании промышленных (передовых промышленных) и цифровых технологий проявляется одна из важнейших закономерностей теории систем — закономерность эмерджентности, т. е. возникает эффект появления новых системных свойств. Знание принципов и закономерностей развития сложных систем в условиях использования современных технологий важно не только для специалистов, занимающихся разработкой, подбором и внедрением инноваций, но и для всех слоев населения, так как помогает ориентироваться в прогнозируемом новом сложном, мобильном мире.

Ключевые слова: информационно-коммуникационные технологии, инновационные технологии, информационное общество, НБИК-технологии, промышленные революции.

The article substantiates the need for philosophical understanding and propaganda of innovative technologies of the fourth industrial revolution. The basic ideas of the third and fourth industrial revolutions are considered. It is concluded that by now the possibilities of traditional information-communication technologies (ICT), which in recent years have been the engine of economic progress, have been exhausted. The latest technologies of the third and fourth industrial revolutions are fundamentally different from traditional ICTs. Their influence is not limited to production and extends to all types of human activity. It is becoming increasingly apparent that the active development of technology will soon change industry, transport and the economy as a whole. Technologies form a rather vast disordered space that is constantly expanding. At the same time, technological innovation can have both positive and negative consequences. Therefore, a philosophical and methodological understanding is necessary. To understand the predicted changes, the necessity of applying interdisciplinary knowledge, in particular, the theory of open systems, is substantiated. With the combined use of industrial (advanced industrial) and digital technologies, one of the most important laws of system theory is manifested — the law of emergence, that is, the effect of the emergence of new system properties. Knowledge of the principles and patterns of the development of complex systems in the context of using modern technologies is important not only for specialists involved in the development, selection and implementation of innovations, but also for all segments of the population, as it helps to navigate the projected new complex, mobile world

Keywords: information-communication technologies, industrial revolutions, information society, innovative technologies, NBIC technologies.

Введение

К настоящему времени возможности традиционных информационно-коммуникационных технологий (ИКТ), которые на протяжении последних 25 лет являлись двигателем экономического роста, исчерпаны. Новая индустриализация — изменение основ индустрии, связанное с широкомасштабным внедрением комплекса нано-био-инфо-когнитивных (НБИК)-технологий в производственный процесс. Наступает предсказанная футурологами технотронная эра в промышленном производстве.

Влияние новых инновационных технологий не ограничивается производством и распространяется на все виды человеческой деятельности — промышленные, транспортные, энергетические, военные системы, системы жизнеобеспечения (от медицины до умных домов и городов). Интернет людей + Интернет вещей + Интернет сервисов.

По мнению идеолога четвертой промышленной революции К. Шваба, Четвёртая промышленная революция по своему масштабу, объёму и сложности не имеет аналогов во всём предшествующем опыте человечества. Многие из инновационных технологий только зарождаются, но вскоре наступит тот переломный момент, когда они *«начнут развиваться, наслаиваясь и усиливая друг друга, представляя из себя переплетение технологий из мира физики, биологии и цифровых реалий»* [1, с. 9]. Кардинальные изменения преобразуют нашу жизнь, наш труд и наше общение.

Необходима большая работа по философскому осмыслению принципиальных особенностей инновационных технологий широкая пропаганда этих знаний среди всех слов населения.

1. Основные идеи Четвертой промышленной революции

В 2011г. в качестве плана выхода из мирового экономического кризиса немецкие бизнесмены, политики и учёные предложили стратегическую инициативу развития промышленности Германии под названием «Платформа Индустрия 4.0» (Plattform Industrie 4.0). Впервые понятие «Индустрия 4.0» прозвучало в том же году на промышленной выставке в Ганновере. Индустрия 4.0 основывается на идеях и подходах «умного предприятия» и предусматривает усиленную интеграцию в заводские процессы так называемых «киберфизических систем» (CPS). Киберфизические системы представляют собой результат дальнейшего развития встроенных систем диагностики и управления и предусматривают полную интеграцию вычислительных ресурсов в физические процессы.

Кроме того, концепция «умного предприятия» предусматривает интеграцию внутренних и внешних заинтересованных участников в бизнес-процессы и процессы создания стоимости, производство продуктов наряду с высоким качеством обслуживания, а также подключение всех производственных систем к сети Интернет [2, с. 30].

Как предсказывают, область применения киберфизических систем не ограничится производством и будет распространена на все виды человеческой деятельности, включая многообразие промышленных систем, транспортные, энергетические и

военные системы, все виды систем жизнеобеспечения от медицины до умных домов и городов, а также многие экономические системы. Создание полноценных киберфизических систем в перспективе приведёт примерно к таким же изменениям во взаимодействии с физическим миром, к которым привела в своё время Всемирная сеть.

В соответствии с идеями Индустрии 4.0, первая промышленная революция (конец XVIII – начало XIX вв.) обусловлена переходом от аграрной экономики к промышленному производству за счёт изобретения механических устройств, использования паровой энергии и развития металлургии. Результатом второй промышленной революции (вторая половина XIX в. – начало XX в.) стало использование электрической энергии, последовавшее за ним конвейерное производство и разделение труда. Третья промышленная революция (с 1970 г.) является промежуточной и связана с применением в производстве электронных и информационных систем, обеспечивших интенсивную автоматизацию и роботизацию производственных процессов. Прогнозируемая четвёртая промышленная революция означает появление полностью цифровой промышленности, основанной на взаимном проникновении индустриальных и информационных технологий.

В сентябре 2015г. Международный экспертный совет Всемирного экономического форума по вопросам будущего программного обеспечения и общества опубликовал отчёт «Глубинное изменение — технологические переломные моменты и их воздействие на общество». В результате исследования, в котором приняли участие 816 руководителей и экспертов отрасли информационных и коммуникационных технологий, был выявлен 21 переломный момент, которые сформируют цифровой гиперподключённый мир [3]. Согласно прогнозу, все эти переломные моменты должны произойти уже до 2025г.

12 декабря 2015г. основатель и исполнительный директор Всемирного экономического форума Клаус Шваб опубликовал в известном американском журнале «Форин афферс» («Международные отношения») статью «Четвёртая промышленная революция. Что она означает и как на неё ответить?» Следующим шагом стало проведение Всемирного экономического форума в Давосе 20-23 января 2016 г. под названием «Освоение четвёртой промышленной революции». Результаты осмысления этой проблематики изложены в книге «Четвёртая промышленная революция» (2016) [1].

Шваб распределяет основные тренды Четвёртой промышленной революции по трём блокам — физическому, цифровому и биологическому. Главным из них является цифровой блок, призванный создать мост между физической и цифровой реальностью (а в перспективе — между физической, цифровой и биологической реальностями).

К цифровому блоку относятся: облачные технологии, Интернет вещей, искусственный интеллект, большие данные, виртуальная и дополненная реальность, блокчейн и её важнейшее приложение — криптовалюта, различного рода компьютерные платформы, создающие экономику совместного потребления и др. Физический блок представлен четырьмя технологиями: беспилотными транспортными

средствами, 3D-печатью, робототехникой и новыми материалами. Биологический блок образуют биотехнологии — генетическая инженерия и синтетическая биология.

В 2018г. вышел в свет перевод новой книги Клауса Шваба и Николаса Дэвиса «Технологии четвёртой промышленной революции» (2018). Это издание дополнило «Четвёртую промышленную революцию» по двум направлениям: «Во-первых, она призвана помочь всем читателям — от глав государств до активных граждан — получить цельное представление о происходящем, поскольку описывает проблемы с системной точки зрения и выделяет взаимосвязи между перспективными технологиями, глобальными вызовами и действиями, которые мы предпринимаем сегодня. Во-вторых, она позволяет читателям глубже заглянуть в суть отдельных технологий и управленческих проблем, для чего приводятся свежие примеры и прогнозы ведущих мировых экспертов» [1, с. 14].

2. Концепция «цифровой» экономики

В нашей стране принят термин «цифровая экономика» — российское наименование явления, известного во всём мире как Четвёртая промышленная революция.

Цифровая экономика объявлена одним из приоритетов национальной политики на ближайшее десятилетие. Впервые на официальном уровне термин «цифровая экономика» был употреблён в «Стратегии научно-технологического развития Российской Федерации», рассчитанной на период до 2035 г. (утверждена 1 декабря 2016 г.). В этом документе в качестве одного из семи основных вызовов, стоящих перед нашей страной, указывалось на «исчерпание возможностей экономического роста России, основанного на экстенсивной эксплуатации сырьевых ресурсов, на фоне формирования цифровой экономики и появления ограниченной группы стран-лидеров, обладающих новыми производственными технологиями и ориентированных на использование возобновляемых ресурсов» [4]. Выступая в тот же день с Посланием к Федеральному собранию Российской Федерации, Президент РФ В.В. Путин предложил «запустить масштабную системную программу развития экономики нового технологического поколения, так называемой цифровой экономики» [5]. По его словам, это вопрос национальной безопасности, технологической независимости страны и, в полном смысле слова, нашего будущего.

Тема цифровой экономики получила дальнейшее развитие в «Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017-2030 годы» (утверждена Указом Президента РФ от 9 мая 2017 г.) [6] и Программе «Цифровая экономика Российской Федерации» (утверждена Распоряжением Председателя Правительства РФ от 28 июля 2017г.) [7]. Вопросы новых технологий и перехода к цифровой экономике находились в центре внимания Всероссийского открытого урока «Россия, устремлённая в будущее» (1 сентября 2017г.) [8]. Задача создания партнёрства стран БРИКС по вопросам новой промышленной революции зафиксирована в Йоханнесбургской декларации Десятого саммита БРИКС 26 июля 2018г. [9]. Согласно указу Президента РФ от 7 мая 2018г. «О национальных целях и стратегических задачах Российской Федерации на период до 2024 года» правительственная программа

«Цифровая экономика Российской Федерации» была преобразована в одноимённый национальный проект.

В этой программе представлен список перспективных технологий, называемых «сквозными». К ним относятся: большие данные, нейротехнологии и искусственный интеллект, системы распределённого реестра, квантовые технологии, новые производственные технологии, промышленный интернет, компоненты робототехники и сенсорика, технологии беспроводной связи, технологии виртуальной и дополненной реальности. По мере появления и развития новых технологий этот список может расширяться.

3. Проблемы информационного общества при внедрении технологий Четвертой промышленной революции

Четвёртая промышленная революция (или цифровая экономика) свидетельствуют о вступлении глобального информационного общества в новую фазу развития, связанную с переходом от информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) к когнитивно-информационным технологиям (КИТ) и далее к конвергентным нано-био-инфо-когнитивным (НБИК) технологиям.

Особенность нынешнего этапа научно-технического развития — человеческая активность выходит за пределы ограничений, положенных природой, и по сути является сверхинженерным конструированием новых миров.

В отличие от традиционной цивилизации, нацеленной на воспроизводство сложившихся образцов жизнедеятельности, в техногенной цивилизации решающую роль играют постоянный поиск и применение новых технологий, не только производственных, но и социальных.

Стремительное распространение гиперсвязанных мобильных устройств, сетевых сенсоров в оборудовании и инфраструктуре, технологий 3D-печати и перевода с иностранных языков изменят глобальную информационную экономику. Существующие бизнес-модели во многих отраслях испытают творческий кризис, вызванный инновационными устройствами, которые помогают людям оставаться экономически активными в любом месте и в любом возрасте.

Инновационные технологии, особенно технологии искусственного интеллекта, вызывают как большие надежды, так и серьёзные опасения. Сегодня нас окружают системы так называемого слабого искусственного интеллекта, делающего нашу жизнь удобнее и приятнее. До недавнего времени считалось, что достигнуть человеческого уровня искусственный интеллект сможет, если последовательно пройдёт стадии «очеловечивания». Вместе с тем оказалось, что сочетание двух технологий — глубинного обучения на основе искусственных нейронных сетей и больших данных — не требует участия интуиции в человеческом смысле. Экспериментальные модели суперкомпьютеров уже обыграли человека в шахматы, восточную игру го и даже в покер, вплотную приблизившись к человеческому уровню. Кто в мире тотальной автоматизации будет принимать решения? Отказались ли мы уже от власти над машинами? Можно ли обеспечить сильному и сверхсильному искусственному

интеллекту дружелюбность по отношению к человеческому роду, чтобы в один прекрасный день не быть застигнутым им врасплох?

Сегодня о технологиях виртуальной и дополненной реальности (AR и VR), которые в числе самых фантастических технологий, так много говорят, потому что на самом деле их практически никто не использует. Через несколько месяцев мы увидим, что про AR/VR будут говорить мало, потому что с выходом нового айфона они станут частью нашей повседневной жизни. А к 2020г. собственные очки собирается выпустить и Facebook.

Большинство людей сейчас не сомневается в том, что мир, доступный органам чувств, представляет собой единственную и подлинную реальность. Тем не менее, нельзя исключить возможности того, что всё, с чем мы имеем дело, не более чем часть грандиозной иллюзии, внушённой нам, например, суперкомпьютером. Если допустить такую возможность, то наше знание об окружающем мире может оказаться ложным.

Требуется глубокого исследования трансгуманизм как мировоззренческая основа и идеология современного этапа научно-технической революции. Идея «улучшения» природы человека научно-техническими средствами кажется очень привлекательной. Но не является ли это началом постчеловеческой эволюции. Увеличение доли искусственного и уменьшение доли естественного – это ведь путь к технологической сингулярности.

Расширение коммуникационных возможностей человека в виде аппаратно контролируемой селективной телепатии ознаменует выход за пределы человеческой природы. Кодирование эмоций и мыслей сохранится, но оно будет передоверено машинам. А через сеть те группы людей, в чьих руках будет находиться информационная инфраструктура, получат доступ к содержанию психики остального человечества.

Вполне вероятно, что информационно-коммуникационные технологии и киберпространство имеют собственную логику развития, не зависящую от наших гуманитарных представлений. В октябре 2013 года на XVI конференции «Наука. Философия. Религия» в Дубне руководитель научно-исследовательской группы «Онтология» Института философии РАН д-р филос. наук, проф. А.Н. Павленко представил «пасторальную модель коммуникации» [10]. Модель А.Н. Павленко предполагает наличие двух основных неравноправных социальных групп – владеющих средствами коммуникации и управляющих коммуникативным сообществом «пастухов коммуникации» (ПК) и «коммуникативного стада» (КС). По мнению проф. Павленко, практическая реализация «пасторальной модели коммуникации» приведёт к наступлению эпохи «коммуникативного тоталитаризма». Киберпространство уже превращается в арену борьбы интересов различных индивидов и социальных групп.

Возможности и опасности технологий широко обсуждаются в средствах массовой информации, в Интернете, на различных форумах и вебинарах, включаются в учебный процесс вузов. Так, например, в Высшей школе экономики Московского института электроники и математики с 2018 года открывается магистерская программа «Интернет вещи и киберфизические системы». Учебный процесс будет состоять из трёх блоков

[электронный ресурс // сервер НИУ ВШУ. URL: <https://www.hse.ru/ma/internet/about>]. С 2017 г. на кафедре медиаобразования Института журналистики, коммуникаций и медиаобразования МПГУ проводятся исследования и ведётся практическая работа в рамках научной темы «Медиаобразование в эпоху Четвёртой промышленной революции» [11]. Результаты использованы при чтении курсов дисциплин «Медиаэкология» и «Медийно-информационная грамотность и медиакультура» у магистрантов-заочников ИЖКМ, представлены на Третьей Открытой межвузовской научно-практической конференции «Экология медиасреды: проблемы медиабезопасности и разумного использования коммуникативных ресурсов» [19, с. 109-119]. Опубликовано в виде статей цикла «Азбука новых технологий» в журнале «Современная библиотека» в 2018 г. [12-19] и реализованы в рамках проекта «TechnoScience» в Библиотеке № 240 Централизованной библиотечной системы Северо-Западного округа г. Москвы [20].

Проблемы медиаобразования в эпоху Четвёртой промышленной обсуждались на Международной конференции «Информация и коммуникация в цифровую эпоху: явные и неявные воздействия» в рамках Межправительственной программы ЮНЕСКО «Информация для всех» и X Международного IT-Форума (Ханты-Мансийск, 7 июня 2018г.) [21].

Заключение

Исследование принципиальных особенностей технологий четвертой промышленной революции подтверждают, что эти технологии принципиально отличаются от традиционных ИКТ. Проблемы развития и применения \этих технологий все больше осознаются.

Разрабатываются футурологические прогнозы (например, прогноз развития технологий до 2099 г. американского изобретателя и футуролога, технического директора Google Рэя Курцвейла (см.: http://www.liveinternet.ru/users/tat_ka_belaja/post409319271).

В октябре-декабре 2018г. совместно с Российским обществом «Знание» и Заочной школой МИФИ был реализован Всероссийский просветительский проект под названием «Азбука цифровой экономики» [22]. Записи всех восьми вебинаров размещены на канале Youtube в Интернете [23].

Проблемы развития и использования инновационных технологий глубоко анализируются в работах К. Шваба [1, 24], который предупреждает, что *«Четвёртая промышленная революция обладает потенциалом роботизировать человечество и поставить под угрозу наши традиционные источники смыслов, такие как работа, общество, семья, личность. В наших силах не допустить такого развития сценария, а использовать четвёртую промышленную революцию для движения человечества вверх к новому коллективному и моральному сознанию, основанному на едином представлении о судьбе. Всем нам надлежит постараться, чтобы произошло именно так»* [1].

Важная задача состоит в том, чтобы суметь пройти между двумя крайностями — «принять и смириться» и «отказаться и лишиться». К. Шваб рекомендует задуматься

над тем, что «Чем больше мы размышляем о том, как использовать огромные преимущества технологической революции, чем внимательнее мы всматриваемся в самих себя и в базовые социальные модели, которые воплощают и создают эти технологии, тем шире наши возможности формировать эту новую революцию, чтобы сделать мир лучше» [1, с. 11-12].

В новой книге К. Шваб (в соавторстве с Н. Дэвисом) [24] (2018) формулирует три главных задачи, стоящие перед людьми: справедливо распределять блага от технологических прорывов; сдерживать их неизбежные негативные эффекты; гарантировать, что новые технологии будут расширять, а не ограничивать возможности всех жителей Земли.

Литература:

1. Шваб К. Четвёртая промышленная революция: пер. с англ. – М.: Издательство «Э», 2017. – 208 с.
2. Введение и развитие Индустрии 4.0. Основы, моделирование и примеры из практики. Под. ред. Армина Рота. - М.: Техносфера, 2017. - 294 с
3. Deep Shift – Technology Tipping Points and Societal Impact. Global Agenda Council on the Future of Software & Society [электронный ресурс]. http://www3.weforum.org/docs/WEF_GAC15_Technological_Tipping_Points_report_2015.pdf (Дата обращения 21.12.2018).
4. Указ Президента Российской Федерации от 01.12.2016 г. № 642 О Стратегии научно-технологического развития Российской Федерации. <http://kremlin.ru/acts/bank/41449> (Дата обращения 21.12.2018)
5. Послание Президента Российской Федерации от 01.12.2016 г. б/н (О положении в стране и основных направлениях внутренней и внешней политики государства). <http://www.kremlin.ru/acts/bank/41550> (Дата обращения 21.12.2018).
6. Указ Президента Российской Федерации от 09.05.2017 г. № 203 О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017 – 2030 годы. <http://www.kremlin.ru/acts/bank/41919> (Дата обращения 21.12.2018).
7. Программа «Цифровая экономика Российской Федерации». Утверждена распоряжением Правительства РФ от 28 июля 2017 г. № 1632-р. <http://static.government.ru/media/files/9gFM4FHj4PsB79I5v7yLVuPgu4bvR7M0.pdf> (Дата обращения 21.12.2018).
8. Открытый урок «Россия, устремлённая в будущее». 1 сентября 2017 года. <http://www.kremlin.ru/events/president/news/55493> (Дата обращения 21.12.2018).
9. Йоханнесбургская декларация Десятого саммита БРИКС. 28 июля 2018 года. <http://www.kremlin.ru/supplement/5323> (Дата обращения: 21.12.2018)
10. Павленко А.Н. Пасторальная модель коммуникации и Vim-технологии // Сборник материалов XVI конференции «Наука. Философия. Религия»: Человек перед вызовом новейших информационных и коммуникативных технологий (г. Дубна, 21-22 октября 2013 г.). – М.: Фонд Андрея Первозванного, 2014. – С. 120-147.
11. Кафедра медиаобразования ИЖКМ МПГУ. Научные направления. <http://mpgu.ru/obmpgu/struktura/faculties/institut-zhurnalistiki-kommunikatsii-i-mediaobrazovaniya/struktura/kafedryi/kafedra-yunesko-po-mediainformatsionnoy-gramotnosti/nauchnyie-napravleniya/> (Дата обращения: 21.12.2018).
12. Черный Ю.Ю. Большие данные, или Нефть цифровой экономики // Современная библиотека. - 2018. - № 4 (84). - С. 30-35.
13. Черный Ю.Ю. Виртуальная и дополненная реальность // Современная библиотека. - 2018. - № 3 (83). - С. 58-65.
14. Черный Ю.Ю. Интернет вещей // Современная библиотека. - 2018. - № 9 (89). - С. 38-44.
15. Черный Ю.Ю. Искусственный интеллект. Статья 1. Технология, бросающая вызов человечеству // Современная библиотека. - 2018. - № 7 (87). С. 30-35.
16. Черный Ю.Ю. Искусственный интеллект. Статья 2. Интеграция искусственного интеллекта в человеческий мир. - 2018. - № 8 (88). - С. 26-33.
17. Черный Ю.Ю. Истоки и смысл четвёртой промышленной революции // Современная библиотека. - 2018. - № 1 (81). - С. 20-25.
18. Черный Ю.Ю. Новая промышленная революция: основные концепции // Экология медиасреды: Сб. статей Третьей Открытой межвузовской научно-практической конференции «Экология медиасреды: проблемы медиабезопасности и разумного использования коммуникативных ресурсов». Москва, 27 апреля 2018 г. / Под ред. И.А. Фатеевой, И.В. Жилавской. — М.: МПГУ, 2018. - 290 с.
19. Черный Ю.Ю. Облачные вычисления // Современная библиотека. - 2018. - № 2 (82). - С. 20-25.

20. Проект «TechnoScience»: библиотека на границе настоящего и будущего // Библиотечное дело. - 2018. - № 02 (308). - С. 2-5.
21. В Ханты-Мансийске прошла Международная конференция «Информация и коммуникация в цифровую эпоху: явные и неявные воздействия». <http://www.ifarcom.ru/ru/news/1650> (Дата обращения: 21.12.2018).
22. Азбука цифровой экономики. Записи предыдущих встреч. <http://webinar.bar/mifirecords> (Дата обращения: 21.12.2018).
23. Жители России могут изучить «Азбуку цифровой экономики». 17 октября 2018. <https://www.znaniarussia.ru/news/Pages/201810/azbuka-russia.aspx> (Дата обращения: 21.12.2018).
24. Шваб К., Дэвис Н. Технологии четвертой промышленной революции: [пер. с англ.]. - М.: ЭКСМО, 2018. - 320 с.

УДК22.161, ББК 517

Ф.П. Тарасенко
Felix Tarasenko, ftara@ich.tsu.ru

О системных моделях управления On systemic models of governance and control

*Национальный исследовательский Томский государственный университет
National Research Tomsk State University*

В статье обосновывается возрастание роли управления в условиях активно развивающихся информационно-коммуникационных и промышленных технологий, которые существенно влияют не только на производство, но и на все сферы жизнедеятельности. Проведено синтетическое рассмотрение понятия управления с учетом её функционирования в окружающей среде. Понятие управления рассматривается как целенаправленного воздействия на систему и представлено тремя базовыми моделями любой системы: состава, структуры и чёрного ящика. Охарактеризованы семь типов управления: программное управление, регулирование – управление по параметрам, реструктуризация – управление по структуре, смена целей – управление по целям, управление при дефиците времени, управление при нехватке информации об управляемой системе, управление при неизвестности конечной цели.

Ключевые слова. модель состава управления, модель структуры управления, «чёрный ящик», система, управление, цель.

The article substantiates the growing role of management in the context of actively developing information and communication and industrial technologies, which significantly affect not only production, but also all spheres of life. It is submitted a synthetic review of the concept of control, which is carried out taking into account its functioning in the environment. The notion of governance and control is considered as a targeted impact on the system and is presented by three basic models of any system: its constituent parts, its structure, and its black box model. Seven types of management are characterized: program management, regulation - management according to parameters, restructuring - management according to structure, change of goals — management according to goals, management in case of time deficit, management in case of lack of information about the managed system, management in case of unknown final goal.

Key words: control, governance, model of constituent parts of a system, model of structure of a system, the black box model, system, target.

1. Введение. Управление как общее понятие преобразования реальности

Становится все более очевидным, что активно развивающиеся информационно-коммуникационные и промышленные технологии существенно повлияет не только на производство, но и на все сферы жизнедеятельности. Скоро мы будем жить в быстромеменяющемся мире в состоянии «подвижного равновесия» по Л. фон Берталанфи. Поэтому возрастает роль управления и необходим анализ типов управления и форм их реализации, представляемый в данной работе.

Разнообразие видов преобразовательной деятельности человека нашло своё отображение в наличии разных терминов, её обозначающих: труд, работа, вмешательство в ситуацию, осуществление проектов, управление. Последний термин,

управление, обозначает всю совокупность действий, необходимых для достижения поставленной цели. Поэтому роль моделирования в деятельности человека по изменению окружающей его реальности можно достаточно полно (адекватно) раскрыть, рассматривая смысл понятия управление. Это достигается с помощью анализа и синтеза этого понятия [1, 2].

В русском языке слово «управление» имеет очень широкий смысл. Оно включает в себя любые виды целенаправленных воздействий на систему, – управление организацией (лидерство, администрирование, командование, менеджмент), управление техническим устройством (станком, оружием, ракетой, любым транспортом), управление природными системами (демографическими процессами, потреблением природных ресурсов, погодой, здоровьем), и т.д.

В английском языке есть отдельные слова для обозначения всех конкретных видов управления (governance, management, control, administration, command, guidance, driving, leading, aiming, targeting, running, facilitating, etc.), но общий термин, эквивалентный русскому «управление», отсутствует (ближайший, но не тождественный – operation; см. также неуклюжесть перевода заголовка данной статьи).

Это – проявления разной природы языков: английский язык является аналитическим, а русский – синтетическим.

2. Аналитическое рассмотрение понятия управления: пять компонентов управления

Исходным объектом аналитической декомпозиции берём самое общее определение управления: ***управление есть целенаправленное воздействие на систему***. В этом определении уже есть указания на существенные компоненты управления.

Модель состава и структуры управления приведены на рис. 1:

Первый компонент управления – ***объект управления***, система S , которую мы намерены перевести из неудовлетворительного состояния в желаемое (целевое). Состояние системы в любой момент времени t характеризуется её выходными параметрами, $Y(t)$. Второй компонент – ***управляющее воздействие*** $u(t)$. Это воздействие – не какое попало, а ***целенаправленное***. А это означает, что третьим компонентом управления является ***цель управления***, которая и должна быть осуществлена за счёт управляющего воздействия. И цель управления, и управляющее воздействие являются продуктами активности ***субъекта управления***, – четвёртого (и главного) компонента управления (это может быть отдельный менеджер, или целый блок управления, типа заводоуправления или правительства). Для осуществления управления необходимо иметь не только детальное описание (модель!) цели $Y^*(t)$, но и ***модель S_M управляемой системы*** (пятый компонент!), т.е. систему моделей, порождающую управляющее воздействие в реальном масштабе времени по ходу управления.

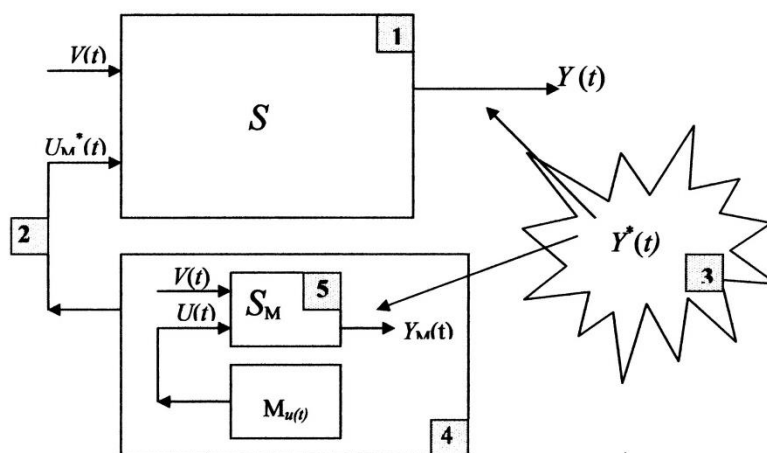


Рис. 1. Структурная схема управления

В докладе приведены примеры анализа и изменения элементов структурной схемы в зависимости от типа управления.

Анализ цели. Конкретизируется понятие цели, путем постепенного пополнения его обыденное содержание деталями, необходимыми для организации поведения, направленного на реализацию цели.

Отправным моментом для формирования цели субъекта является возникновение у него *проблемы*, т.е. недовольства, неудовлетворённости существующим состоянием некоторой системы в его окружении (это состояние называется *проблемной ситуацией*).

Эффективным способом выявить истинные цели субъекта путём создания ситуации выбора, является технология *идеализированного проектирования*, предложенная Р. Акоффом [3, 4].

Существует возможность помочь субъекту «вычислить» частную цель, если узнать, какова его высшая, жизненная ценность. Трудность, правда, состоит в том, что жизненных ценностей у субъекта много (гуманистические, технократические, материальные, духовные, моральные, эстетические, и пр.), и надо ещё определить, от какой ценности надо начинать отсчёт. Но и для этого есть эвристические и технические приёмы, основанные на объективной связи типа проблемы с типом жизненной ценности (через *конфигуратор* проблемной ситуации [1]).

Анализа управляющего воздействия. Управляющее воздействие $u(t)$ – это не любое, а *целенаправленное* воздействие на управляемом входе системы, призванное произвести на её выходе целевой процесс $Y^*(t)$. Обозначим эту особенность звёздочкой – символом связанности с целью: $u^*(t)$. Но как определить, какое именно воздействие на входе произведёт желаемый выход?

Функционирование системы описывается уравнением связи между её входами и выходами: $Y(t) = S [v(t), u(t)]$, где $Y(t)$ – выходы системы, $v(t)$ – неуправляемые входы, $u(t)$ – управляемые, S – оператор системы. (Ради простоты мы рассматриваем здесь безынерционную систему). Желаемая ситуация выглядит как $Y^*(t) = S [v(t), u^*(t)]$, и надо решить это уравнение относительно $u^*(t)$. Однако в этом уравнении есть вторая

неизвестная характеристика – оператор S , что приводит к неоднозначности решения. Существует два способа определить управляющее воздействие: *эмпирический* и *рациональный*, подход к управлению, который состоит в том, чтобы искать нужное воздействие не на самой системе S , а на её *модели* S_M . Модель системы содержит доступную нам информацию о связях входов и выходов: $Y_M(t) = S_M [v(t), u(t)]$, что и позволяет решить уравнение $Y^*(t) = S_M [v(t), u^*(t)]$ относительно единственной неизвестной функции $u^*(t)$.

Итак, анализ понятия управления дал нам *модель его состава* из пяти компонентов – субъекта управления, объекта управления S , цели управления $Y^*(t)$, модели S_M управляемой системы, и управляющего воздействия $u^*(t)$; и – *модель структуры* управления, т.е. связей между компонентами управления.

Попутным, но важным результатом анализа является установление двух первых операций в алгоритме любого рационального управления, а именно: 1) нахождение управляющего воздействия $u_M^*(t)$ на модели S_M , и 2) исполнение найденного воздействия на управляемом входе системы S .

3. Синтетическое рассмотрение понятия управления: семь типов управления.

Синтетическое описание системы заключается в рассмотрении её функционирования в окружающей среде. Функция управления состоит в реализации на выходе управляемой системы цели $Y^*(t)$. После подачи воздействия $u_M^*(t)$ на управляемый вход системы S , на её выходе произойдёт событие $Y(t) = S [v(t), u_M^*(t)]$. А поскольку S_M является лишь *моделью* системы S , которая может чем-нибудь отличаться от S , то выходной процесс $Y(t)$ может и не совпасть с $Y^*(t)$. В таком случае потребуются в процесс управления включить операции, устраняющие возникшее расхождение между $Y(t)$ и $Y^*(t)$. Для разных типов расхождений эти операции будут разными, в связи с чем и появляются разные типы управления, с разными алгоритмами.

3.1. Программное управление – самый приятный случай, когда после выполнения двух указанных выше операций на выходе управляемой системы появляется желаемый процесс $Y^*(t)$. Особенности данной ситуации. 1) имеющаяся модель S_M позволила успешно осуществить цель в реальности, т.е. модель оказалась *адекватной*; 2) система послушно подчиняется управлению, выполняет именно то, что от неё требуется. Условимся называть такую систему *простой*, а данный тип управления – *управлением простыми системами*; 3) оказывается, что система *проста* потому, что её модель *адекватна*: адекватность модели является причиной простоты системы, простота системы есть следствие адекватности модели; 4) в теории управления воздействие $u_M^*(t)$ в данной ситуации называется *программой*, в связи с чем данный тип управления называют ещё *программным управлением*.

Однако требование полной адекватности модели не всегда выполнимо, из-за чего приходится осуществлять другие типы управления.

3.2. Регулирование – управление по параметрам. Когда система проста (т.е., информация о ней полна), но информация об окружающей среде, т.е. $v_M(t)$, не совсем

точна, то система со временем начинает «немного» отклоняться от целевой траектории $Y^*(t)$. Конечно, это означает, что в модели отсутствует информация о причинах появления отклонений. Однако, часто такая информация заранее недоступна, а извлечённая из самого факта отклонения – бесполезна для дальнейшего управления. Задачей управления является провести систему любым способом из точки $(0, Y_0)$ в точку (T^*, Y^*) по целевой траектории $Y^*(t)$. В данном случае сделать это за счёт совершенствования модели системы невозможно, остаётся попробовать удержать систему на траектории путём изменения самой системы. Но так как траектория рассчитана для системы с заданными составом и структурой, то изменять остаётся только параметры системы, т.е. взаимодействия между некоторыми частями системы. Всякий раз, когда система начнёт отклоняться, изменение параметра должно возвращать систему на целевую траекторию. Если программное управление является управлением без обратной связи, то для регулирования необходима *отрицательная обратная связь*, т.е. поступление (переработанной) информации с выхода системы на её вход.

3.3. Реструктуризация – управление по структуре. Особая ситуация возникает, когда система так быстро и так далеко соскакивает с опорной траектории, что никакие изменения параметров не могут вернуть её обратно. Такие ситуации называются *аварийными* и часто завершаются гибелью системы. Но иногда достаточно протяжное развитие аварийных событий оставляет возможность для управленческой реакции. Возможны две реакции в подобном случае – пессимистическая и оптимистическая. Пессимист пассивно ждёт любого исхода событий. А оптимистический подход направлен на поиск выхода из аварийной ситуации с надеждой на возможность впоследствии как-нибудь всё-таки достичь конечную цель. Факт состоит в том, что цель (T^*, Y^*) стала недостижимой для *данной* системы; но, возможно, она достижима для *другой* системы? *Другая* система – это система с другими эмерджентными свойствами, т.е. с *другой структурой*. Следовательно, выход может состоять в том, чтобы в момент T_s осознания аварийности ситуации изменить *структуру* системы, создав новую систему, позволяющую найти другой путь $Y_s^*(t)$ из аварийной ситуации $Y(t_s)$ к конечной цели (T^*, Y^*) ,

3.4. Смена целей – управление по целям. Смена целей применяется в разнообразных ситуациях, как при резких изменениях в управляемой системе, так и при смене окружающей среды. Существуют цели, недостижимые в одних условиях, но достижимые в других; есть цели, реализуемость которых желательна, но не доказана, хотя не опровергнута (телепатия, управление наследственностью, искусственный интеллект, антигравитация). Есть цели достижимые, но не достигнутые. Бывает нелегко определить, с каким именно вариантом мы столкнулись. Но есть и цели, заведомо неосуществимые, но привлекательные и допускающие приближение к ним, – *идеалы* (познание абсолютной истины, абсолютное добро, всеобщее вечное счастье, быть всегда и во всём лучше всех, и т.п.), на стремление к которым люди тратят много сил, так как само продвижение к ним является благом. Управление по целям широко употребляется в менеджменте с применением «*деревьёв целей*».

3.5. Управления при дефиците времени – управление большими системами, важным фактором которого, существенно влияющий на качество управления и требующий особого типа управления, является *своевременность* исполнения управляющего воздействия. При ограниченности срока на исполнение управляющей реакции для нахождения наилучшего решения может не хватить времени. В такой ситуации требуется ещё один, специальный способ управления. Есть две возможности: 1) ускорить перебор вариантов *физически* (заменить моделирующий компьютер на более быстродействующий, распараллелить алгоритм оптимизации, распределить работу между несколькими помощниками). т.е. путь затратный; 2) ускорить принятие решения ценой *снижения требований к качеству* решения, за счет упрощения модели, отказавшись от части полезной информации. Нелинейные зависимости можно приблизительно заменить линейными; можно сократить размерность задачи, опустив часть менее значимых переменных; случайный процесс можно грубо заменить трендом, и т.д. Ясно, что решение тоже будет грубым, но зато своевременным.

3.6. Управления при нехватке информации об управляемой системе – управление «сложными» системами. Рассмотрим случай, когда на воздействие $u_M^*(t)$ система откликается вовсе не так, как модель: $Y(t)$ не совпадает с $Y^*(t)$. Особенности такой ситуации являются:

1) Имеющаяся модель не позволила достичь цели; это означает, что наша модель S_M неадекватна.

2) Система ведёт себя неожиданным образом, она не подчиняется нашему управлению. Будем называть такую систему *сложной*.

3) Причиной *сложности* системы является *неадекватность* её модели, т.е. нехватка информации об управляемой системе. С этой точки зрения сложность оказывается не атрибутом системы, а атрибутом тех, кто взаимодействует с нею. Очевидно, что старания управлять сложной системой должны быть направлены на добывание недостающей информации о системе, включение этой информации в модель, повышая тем самым её адекватность, упрощая систему, добываясь нужного её отклика. Если все существующие источники информации о системе (учебники, справочники, монографии, Интернет, эксперты) уже использованы, а система остаётся сложной, то необходимая информация есть только в самой системе. Извлечь её оттуда можно с помощью *эксперимента*.

Алгоритм может быть сформулирован следующим образом:

1. На текущей, имеющейся на данный (i -тый) момент времени, модели S_{M_i} системы S , одним из методов оптимизации отыскивается управляющее воздействие $u_{M_i}^*(t)$, обеспечивающее получение целевой функции $Y^*(t)$ на выходе этой модели.

2. Найденное воздействие $u_{M_i}^*(t)$ подаётся на управляемый вход системы S .

3. Наблюдается и фиксируется отклик $Y_i(t)$ системы.

4. При расхождении $Y_i(t)$ и $Y^*(t)$ производится коррекция модели (за счёт её варьируемых параметров) так, чтобы исправленная модель $S_{M_{i+1}}$ как можно точнее повторила на своём выходе $Y_{M_{i+1}}(t)$ последний отклик системы $Y_i(t)$ (сохраняя при этом все предыдущие свои поправки, – тем самым *накапливая* информацию о системе).

5. Возврат к пункту 1: $i \rightarrow i + 1$.

При этом:

- Способы корректировки модели зависят от её конструкции. Если это математическое уравнение, – изменяют его коэффициенты, убирают или добавляют члены, и т.п. Если это механическая модель, – меняют параметры регулируемых деталей. Если это система логических уравнений, – варьируют предикаты и переменные. Если не удаётся свести к нулю разницу сравниваемых функций, – то иногда приходится ограничиваться минимизацией этой разницы.

- В отличие от программного управления простой системой, управление сложной системой требует *обратной связи* двух типов – *положительная* (усиливающая) и *отрицательная* (гасящая, подавляющая).

- Алгоритм носит циклический, повторяющийся характер: с каждым оборотом объём информации в модели нарастает, как снежный ком, модель становится более адекватной, а система – менее сложной (более простой). Познавательная и прагматическая деятельность бывают неразрывно связаны: *в управлении сложными системами познание и управление образуют в алгоритме единый цикл.*

- Управление сложными системами *неизбежно* связано с потерями. Естественно желание минимизировать потери, что можно сделать только за счёт максимального использования получаемой информации. Вот почему алгоритм требует так изменять модель, чтобы она как можно точнее повторяла поведение системы *на всех* предыдущих шагах.

- Существует несколько типов сложных систем. Общим для них является то, что информация об управляемой системе ограничена сведениями о её существовании и о некоторых её входах и выходах, т.е. у нас есть только модель чёрного ящика, и мало что известно о составе и структуре системы. Это лишает нас возможности, используя информацию о функционировании системы, точно описать возможные траектории её поведения и выбрать предпочтительный путь $Y^*(t)$ от проблемного состояния $(0, Y_0)$ к конечному целевому (T^*, Y^*) . Поэтому ни один из ранее описанных методов управления не может быть применён. Мы оказываемся в ситуации отсутствия адекватной модели, когда расчётные воздействия на вход системы не вызывают желательного отклика на выходе. Именно такую систему мы условились называть *сложной*, в отличие от введённого ранее понятия *простой* системы.

В ходе формирования профессиональной терминологии для нужд теории и практики управления, каждое очередное управляющее воздействие $u_{Mi}^*(t)$ стали именовать *пробным*, а разницу между $Y_i(t)$ и $Y^*(t)$ – *ошибкой*. Отсюда рассмотренный алгоритм управления сложной системой получил название *метода проб и ошибок*.

3.7. Управление при неизвестности конечной цели.

Кроме первого типа управления (программного), когда всё необходимое для достижения цели налицо, остальные рассмотренные типы управления связаны с преодолением факторов, мешающих достижению цели: сторонние краткосрочные воздействия, вызывающие небольшие отклонения от целевой траектории (второй тип, – регулирование), несоответствие между эмерджентными свойствами системы и

поставленной целью (третий тип, – управление по структуре), нехватка материальных ресурсов, требующая замены цели (четвёртый тип, – управление по целям), дефицит времени для поиска решения (пятый тип, – управление большими системами), нехватка информации об управляемой системе (шестой тип, – управление сложными системами).

Все эти шесть типов управления основаны на том, что конечная цель **известна**. Однако, в реальной жизни встречаются обстоятельства, в которых управлять текущими событиями приходится, но *конечная цель неизвестна, непостижима*. Алгоритмы поведения в таких обстоятельствах и образуют **седьмой тип управления** – *управление при отсутствии информации о конечной цели*.

Из определения цели логично вытекает, что при неопределённости конечной цели следует неопределённость и траектории движения к ней. А ведь управляющие воздействия при любом типе управления направлены на то, чтобы двигаться к конечной цели именно по этой траектории, точнее, – с максимально достижимой близостью к ней. Это стремление в данной ситуации можно реализовать, по крайней мере, двумя способами.

Первый способ состоит в том, чтобы дать субъективное, априорное определение конечной цели, а дальше действовать по предыдущим схемам. Наглядный (но не единственный) пример этого даёт нам управление крупными социальными системами. В чём смысл жизни? Какова цель социального развития? Готовые ответы этому даёт идеология. Однако, эти ответы являются лишь гипотезами. Разные сообщества придерживаются разных идеологий, субъективно отдавая предпочтение тому или иному идеалу.

Имеется, однако, другой подход к управлению при невозможности определить конечную цель, но существовании уверенности или хотя бы надежды, что она всё-таки существует. Если это так, то должна существовать и траектория приближения к ней. Она тоже неизвестна, но её можно пытаться найти, исследуя ближайшую окрестность вокруг текущего состояния и определяя наиболее предпочтительное направление шага в пределах этой окрестности. Затем сделать этот шаг и действовать в дальнейшем так же. Такой способ реализуется в действительности в самых различных областях. В биологии этот метод называется *эволюцией* и естественным отбором. В теории менеджмента (понимаемого широко) он называется *инкрементализмом* (внесение небольших, но обязательно улучшающих изменений). В математической теории оптимизации предложено несколько способов поиска экстремума функции нескольких переменных (покоординатные приращения по методу Гаусса – Зайделя, случайный поиск, метод наискорейшего спуска по градиенту и т.п.).

Конечно, на этом пути успех не гарантирован. Целевая функция может оказаться многоэкстремальной, и мы можем попасть не в глобальный, а в локальный экстремум (тупиковые ветви эволюции живых популяций; выбор удовлетворительных, а не оптимальных решений в управлении социальными системами; система застревает в локальных экстремумах при математической оптимизации, и т.п.).

Заключение

Проведённое обсуждение проблем управления дало следующие результаты. Во-первых, *анализ* выявил состав процесса управления, выделив *пять* его составляющих (объект управления, цель управления, управляющее воздействие, модель системы, субъект управления) и структуру взаимодействий между ними. Во-вторых, выяснилось, что после выполнения двух исходных операций (поиск нужного управляющего воздействия на модели системы и исполнение его на системе) реакция системы может быть различной.

Особое внимание следует уделить введённым нами специальным определениям «сложной системы» и «большой системы». Они являются предметом гордости томской школы системщиков, поскольку до этого (1980-е годы) разные авторы употребляли эти термины неоднозначно: то как синонимы, то пользовались лишь одним из них. Четкое разделение смысла этих терминов решило несколько задач.

Приведённая выше классификация типов управления не может быть абсолютной и универсальной (**как и всякая классификация**). В жизни часто встречаются случаи, когда в управлении одной системой используются одновременно или поочерёдно сочетания разных типов управления. Могут потребоваться другие классификации. Например, в некоторых случаях различают автоматическое, полуавтоматическое («автоматизированное») и ручное управление; все эти типы используются в управлении производственными линиями, станками, самолётами и т.д. Другая классификация потребуется, чтобы обособить разные горизонты управления организацией (различают стратегический, тактический и оперативный менеджмент).

Очень интересную классификацию управления произвела Донелла Медоуз [5], рассматривая проблему «рычажных точек», – тех характеристик системы, небольшое воздействие на которые может вызвать существенные изменения во всей системе. Особенно большое значение в этой классификации придаётся влиянию *парадигмы* (образа мыслей, идеологии, метафоры), на которой основана вся система управления. Эта проблематика основательно проработана М.С. Джексоном [6], который по-другому классифицировал типы системных подходов к решению проблем в организациях: по степени сложности проблемной ситуации и по пропорциям дружелюбности и конфликтности между ее участниками.

При решении реальных проблем реальных организаций нужно **творчески** сочетать (одновременно или в разумной последовательности) разные методики, применительно к конкретной ситуации.

Литература:

1. Ф.П. Тарасенко. *Прикладной системный анализ*. М.: КНОРУС, 2017.
2. Ф.П. Тарасенко, Модернизация должна быть системной. «Россия: тенденции и перспективы развития». М.: Ежегодник РАН, 2013, выпуск 8, часть 1, 143 – 146.
3. R.L. Ackoff. *Re-Creating the Corporation*. NY: Oxford University Press, 1999.
4. R.L. Ackoff, J. Magidson, H.J. Addison. *Idealized Design*. Wharton, 2006.
5. D. Meadows. *Thinking in Systems*. London: Earthscan, 2009.
6. M.C. Jackson. *Systems Thinking: Creative Holism for Managers*, Chichester: John Wiley and Sons, Ltd. 2003,

На пороге к ноосферному интеллекту On the threshold to the noosphere intelligence

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

Стремительное повышение роли интеллектуальных технологий способствует существенным изменениям в социокультурной системе. Искусственный интеллект проникает во все стороны человеческой жизни, помогая разуму по-новому отражать объективную реальность. Эволюция сознания переходит на более высокий уровень взаимодействия человека с искусственным интеллектом. Человечество находится на пороге нового качества развития, вызванного созданием системы ноосферного разума. Жизнедеятельность новых интеллектуальных ресурсов качественно изменит среду открытой системы живой структуры сознания.

Ключевые слова: гибридный интеллектуальный синтез, относительная ориентация, движение к предельному упадку и движение к предельному подъему развития, гибридный синтетический идеал, Ноосферный интеллект, формы и виды отражения окружающей среды, законы информационного поля.

The rapid enhancement of the smart technologies' role contributes to significant changes in the socio-cultural system. Artificial intelligence penetrates into all aspects of human life, assisting the mind to reflect objective reality in a new way. Evolution of consciousness moves to a higher level of human interaction with artificial intelligence. Humanity is on the cusp of a new quality of development caused by the creation of a system of noospheric intelligence. The vital function of new intellectual resources will qualitatively change the environment of an open system of the living structure of consciousness.

Keywords: Hybrid intellectual synthesis, relative orientation, movement towards the ultimate decline and movement towards the ultimate rise in development, a hybrid synthetic ideal, noospheric intelligence, forms and types of reflection of the environment, laws of the information field.

1. Особенности разных видов интеллекта

Мы живем в интересный период нового перехода развития человеческих возможностей уже за пределы планетарных масштабов. Глобальные революционные процессы целого ряда гуманитарно-технологических революций, производящие и развивающие открытые инфосистемы (ОИС с возможностью обмена ИС (инфосистемы) со средой), а также разнообразные искусственные интеллектуальные формы, уже захватили практически все аспекты человеческой деятельности, и, в связи с этим, резко изменили мировоззрение во всех направлениях социокультуры.

Сегодня мы можем говорить о том, что создаваемая автоматизация умственных способностей естественного интеллекта (ЕИ) в виде искусственного интеллекта (ИИ) уже в дальнейшем развитии никак нельзя считать отдельной от человека системой, которая способна принести пользу или причинить вред человечеству. Точно также как сам по себе камень или палка первобытных людей не является «вредными» или «полезными», и только в ситуационном применении людьми этих предметов можно субъективно определить «по-доброму» или «по-злему» эти предметы были использованы. Точно так же искусственный интеллект является продолжением эволюционного развития «орудий труда» или «орудий защиты-нападения» для людей по той же траектории практического использования в историческом развитии, что и тысячи лет назад, когда в процессе эволюции люди вместо каменного топора

вооружились железным. Разница здесь только в новом уровне использования бесконечно богатого тезауруса возможностей общего саморазвития мироздания.

Сейчас все крупные компании (Facebook, Google, Amazon, Apple) начинают вкладываться в гибридизацию нейросетевых моделей и вероятностного программирования. Сейчас наблюдается конвергенция различных подходов. Простейший пример объединения нейросетей в когнитивную архитектуру, когда одна нейронная сеть выявляет определенный контекст, а вторая нейронная сеть уже должна решать сентимент анализ текста. Сложный пример, когда две нейронные сети отвечают за «поле зрения», а третья отвечает за временную составляющую динамичного процесса, и еще добавляется шкалы измерения многослойности. В результате получается пятимерная конструкция в нейронной сети, которая может решать задачи предсказания в режиме реального времени.

Создание системного первообраза гибридного интеллекта (ГИ) довольно сложная задача по воплощению невероятной сложности технологий совместных нейросетей. Здесь имеется в виду не отдельно человеческий интеллект (ЕИ – естественный интеллект) и отдельно машинный (ИИ – искусственный интеллект), которые работают в сотрудничестве, а слившийся совокупный интеллект (ИИ + ЕИ = гибридный интеллектуальный синтез ГИ), действующий в целостной системе и живущий единой жизнью, который предполагает саморазвитие, при этом дополняя, заменяя (в определенной степени) и помогая один другому в общем целевом направлении. Данная глобальная задача может быть решена человечеством только в целевом сотрудничестве практически всех направлений научных исследований в совместном усилии точных, естественных, технических и гуманитарных наук. Новая планетарная реальность предполагает широкий комплекс теоретических и практических подходов, а также новых компетенций для решения новых общих глобальных гуманитарно-технических задач.

В связи с тем, что сегодня под ИИ каждый раз понимается слишком различное содержание [10], мы из разных классификаций определенных видов ИИ вывели обещающее определение, которое используем в данной работе.

ИИ (искусственный интеллект) – интегральная двуязычная система (язык пространственно-временных изображений и символически-операторный язык речевых символов) технических и программных методик с блоком инфотехнологических функций (вычислительные способности ввода-вывода, поиска, сбора, обработки информации, интерфейс для общения и совместных действий с человеком в режиме «наблюдения-реагирования» технического устройства на основе поведения человека), включающих алгоритмы управления, разумного рассуждения и действия, а также способная к обучению, саморегулированию, имеющая возможность самостоятельно решать задачи конкретной предметной области, знания о которой хранятся в памяти такой системы и целенаправленно перерабатываются [1, 4, 6, 8, 19, 21].

Есть еще упрощенный вариант определения общего интеллекта, сформулированного математиком, ученым в области искусственного интеллекта Беном Герцелем (Ben Goertzel, 1999). **Общий Интеллект** – это способность достигать

сложных целей в сложных средах, используя ограниченные ресурсы с минимальными рисками.

Заметим, что необходимость разработки и создание ИИ обусловлена малой природной мощностью индивидуального человеческого интеллекта для стремительно и постоянно растущих темпов развития жизни человека. Ресурсы машины в уже сегодня создаваемых первообразах простого подобия ИИ превосходят по скорости и объему возможности человека по определенным показателям: поиск, сбор и оперативная обработка информации. Именно поэтому современное изучение относительно молодой культуры техногенного развития ИИ является одной из самых актуальных научных задач для естественного интеллекта (ЕИ) человека.

Теперь следует разобраться с естественным интеллектом. Современной науке до конца еще не известно, как работает человеческий мозг. Несмотря на общее подобие нейронов и их связей, функциональность индивидуального головного мозга каждый раз уникальна. При оценке мозга даже только на количественной основе нейронов и их связей, мы будем ошибаться на несколько порядков, так как множественное соединение в нейронной сети аксонов и дендритов происходит одновременно на разных уровнях, плюс живой организм постоянно в процессе создания и разрушения клеток и связей между ними.

И, чтобы понимать, что в данной работе понимается под индивидуальным интеллектом человека (или ИЕИ), мы воспользовались известными исследованиями. Т. К. Ясперса в области интеллектуальной системы человека [7].

Итак, **ИЕИ (индивидуальный естественный (человеческий) интеллект)** – специфически уникальная (по свойствам и состояниям, как формы, так и содержания) для каждого человека многокомпонентная интеллектуальная сложная система (абсолютно неповторимая чувственная и тонко настраиваемая в течении длительного времени, а также не однородна по своему составу в каждом отдельном случае), которая состоит из трех основных компонентов – предпосылки интеллекта, багаж знаний, интеллект в собственном смысле. Составные системные компоненты определяются следующим образом: 1) **«предпосылки интеллекта»** – отдельные психические функции (внимание, (чувственно-логическое) восприятие, память, утомляемость, механизмы двигательных явлений, слуховой и речевой аппараты, зрение и другие); 2) **«багаж знаний»** – содержание разума, совокупность объема знаний, мышление, способность к обучению, картина мира; 3) **«интеллект в собственном смысле»** – «некое глубоко укорененное дерево, объединяющее в себе многочисленные и разнообразные способности» ума (воображение, воля, интуиция, рефлексия), с «высоким уровнем практической смысленности, для которого характерны быстрый и правильный выбор из множества возможностей и умелая адаптация к новым требованиям», способность к суждению и к логическому мышлению, умение отделять существенное от второстепенного, способность схватывать чужие точки зрения и идеи, спонтанность и наличие инициативы. В рамках данного интеллектуального компонента ещё «существует *абстрактный интеллект*, который в острые моменты

принятия решений переходит в почти абсолютную тупость, но в условиях спокойной внутренней работы способен привести к высоким достижениям».

Однако феноменологический подход определяет интеллект как *особую форму содержания сознания*. Эволюционирование сознания человека связано с «радиальным» развитием его самосознания, что позволит в дальнейшем совершенно преобразоваться человечеству. Самосознание является частью сознания человека точно также, как и интеллект – часть общего сознания. Поэтому кроме сложно и неоднозначно сочетаемых компонентов интеллекта человека необходимо рассматривать также развитие индивидуальную и общечеловеческую системы ценностей, которая связана с исходными принципами философского мировоззрения самого носителя идеала. Специфичность идеала в том, что в научном понимании идеал отличается от идеи тем, что не является абстрактным понятием, а есть наглядное представление, фиксирующее не знание, а желание. От цели отличается тем, что цель может вообще не иметь отношение к идеалу, а также тем, что целью является не идеал, а его реализация. Отличие идеала от ценности в том, что идеал является «стандартом ценности», то есть ценностным ориентиром. Так как идеал есть не соответствие образа объекту, а соответствие образа желанию субъекта, то именно этим идеал отличается от истины (или заблуждения) [13, 14].

Все, что связано с областью идеала имеет отношение только к интеллектуальной способности человека (ЕИ), так как ИИ не имеет таких тонких способностей.

С точки зрения фундаментальных принципов бытия и человека в нем (онтология) необходимо разобраться с *относительной направленностью осознания человека*, процесс которой состоит из двух частей. Каждая часть сама по себе имеет довольно разные компоненты, которые сложно системны по своей структуре [12, 13, 22].

Первая часть движения индивидуального направленного осознания, которое активизирует разумное рассуждение и действия, имеет три уровня устремлений человека и формирования идеала:

1. **Индивидуальное желание** человека является переживанием некоторого недостатка чего-либо с низкой степенью осознанности и сопровождается ощущением физиологического дискомфорта, при этом имеет свойства группы *предпосылок интеллекта – относительной осознанности и относительной направленности чувств* на определенный предмет.

2. **Индивидуальное смысловое представление** (смысл желаемого) является выраженным *конкретным чувственно-наглядным образом и конкретной направленностью мысли* на основе индивидуальных знаний и опыта, при этом присутствуют свойства группы *багаж знаний*.

3. **Индивидуальная идеализация** (процесс формирования своего идеала) является работой творческого воображения человека, что человек связывает со смыслом своей жизни, чему он может себя посвятить.

В процессе формирования идеала все то, что существенное устремляется к своему *выраженному пределу*, а что несущественное стремится *к нулю*.

Вторая часть устремлений человека и завершение формирования идеала состоит из создания и утверждения системы *канона* и *ритуала*, регламентирующих порядок преобразования субъективной действительности в соответствии с желанием, то есть выработка *системы внутренних правил для внешних упорядоченных действий* человека (или поведения).

Вторая часть имеет три уровня устремлений и возможностей для реализации идеала:

1. **Канон** – это *системный комплекс общих требований*, способствующих преобразованию реальности в процессе перехода от действительного к желаемому с учетом *общих интересов* окружающей среды.

2. **Ритуал** – это *системный комплекс операций, действий* по реализации идеала в действительности, где есть необходимость в двух условиях:

- а) *Наличие реализатора,*
- б) *Наличие реализационного оазиса.*

Ритуал выполняет две важные задачи:

- ✓ *подчинение среды и*
- ✓ *осуществление управления средой, в которой происходит реализация идеала* (в данном конкретном случае индивидуальным сознанием).

3. **Представление** (презентация полноценной информации) сформированного в сознании человека идеала, используя четыре *формы представления*:

а) *Символ* является *обозначением идеала*, при чем символ имеет кодирующую функцию о включенной информации о совокупности всех признаков, которые лежат в основе идеала.

б) *Идеологический образ* условное, иносказательное *изображение идеала*, возникающее в процессе метафоризации, что делает его «зримым» и как конкретный продукт деятельности «ценным».

с) *Идеологический миф* – иносказательная *совокупность норм* поведения (как управление сознанием), необходимых для воплощения идеала в действительность.

д) *Идеологический культ* – зрелая форма *системы поддержания и усиления веры в идеал* (как управление).

Но сегодня человек уже не одинок в использовании интеллектуальных способностей в связи с созданием ИИ. Поэтому возникает вопрос об *относительной направленности «осознания» робототехнических устройств*. В отличие от человека можно взять в качестве примера некую автономную автоматизированную специализированную интеллектуальную систему, которая как предполагается не имеет возможности вырабатывать **индивидуальное желание и индивидуальную идеализацию** (процесс формирования индивидуального идеала). Невозможность таких процессов лежит в структурной системе ИИ, которая имеет в своем составе три основных компонента:

1. **Логическое ядро** – отвечает за логику и автоматическое построение алгоритмов исполнения для самостоятельного принятия решений и их реализации без участия людей. Где возможны частичное **индивидуальное смысловое представление**

конкретного человеческого идеала (или эпатала, то есть обратное значение идеала – с негативным контекстом).

2. **Подсистемы автономного управления** (САУ – системы автономного управления) – архитектура стандартного набора сведений о подконтрольном объекте и стандартного набора средств воздействия на поведение его для достижения целей. Где возможны различные **каноны** в виде требований, а также частичная презентация (**представление**) сформированного идеала (или эпатала).

3. **Драйверы** – системы программного обеспечения с архитектурой стандартного набора команд для выполнения действий автоматизированным устройством. Где возможны частично различные **ритуалы** в виде комплекса операций и действий (с неполным выполнением управления и подчинения среды), а также действия по частичной презентации (**представление**) сформированного идеала (или эпатала).

Конечно, как при общей большой работе различных новых открытых интеллектуальных систем, так и при саморазвитии в единой гуманитарно-технической системе, всегда должно присутствовать ответственное решение задач организации и управления совместной деятельности. [15]. Поэтому очевидна важность разработки общих и специальных вопросов об общей организационной культуре, творческого инновационного климата, о гибкой и комплексной системе управления инновационными процессами, нового хозяйственного механизма, ориентированного на разработку перспектив, на перестройку организационных форм, функций и стиля управления.

Так как на данный период времени ИИ имеет довольно краткую жизнь и скудную историю взаимодействия ИИ с ЕИ, то наука не выработала еще единую междисциплинарную теоретическую схему, которая позволит в оптимально строгой логической форме упорядочить её содержание. Структура научных знаний, их методов, их отношение к различным отраслям науки остаются предметом дискуссий специалистов в области ИИ, где есть разногласия между различными точками зрения [6, 8, 9, 20]. Сложность ситуации в том, что феномен ИИ слишком многосторонний и внутренне противоречивый, чтобы можно было в короткий срок найти единое, цельное и общепризнанное концептуальное определение.

Но уже сегодня известно, что есть довольно существенное различие между ЕИ и ИИ не только в показателях мощности (преимущество ИИ - скорость, объем) этих двух форм интеллекта, но и в показателях творческого аспекта в области идеализации желаний (преимущество ЕИ - индивидуальные эмоционально-чувственные устремления).

Чтобы разобраться с вопросами бытия и развитием человека в нем, назрела необходимость объединения и тесного сотрудничества естественнонаучному и гуманитарному направлениям науки.

2. Общие вопросы информационного подхода

В теории познания (гносеология) для обобщения всех способов получения информации существует термин «отражение». Отражение материального мира объективной реальности в сознании человека первично опосредовано нашими

органами чувств и дополнительными измерительными приборами, а вторично информацию мы получаем из источников, созданных культурой (рукописи, книги, средства масс-медиа, и т. д.). На основе информационного подхода российский профессор А. А. Денисов ввел новые понятия о структуре информационных полей [16].

Структура информационного поля разделяется Денисовым на три категории: *информационное, смысловое, логическое*. При чем *основные формы существования* инфополя определены понятиями:

1. **чувственное отражение** – в форме чувственной информации двух видов: информация восприятия или информация для нас;
2. **логическая информация** – инфопотенциал;
3. **логическое пересечение** – инфосложность в форме содержания, смысла;
4. **относительная инфопроницаемость** среды.

Отсюда следует, что существует три качественно различных способа отражения материального мира (среды) в сознании – чувственное, логическое, прагматическое. Чувственное отражение дает конкретное знание свойств изучаемого объекта, логическое отражение дает знание присущих объекту закономерностей, а прагматическое отражение характеризует пригодность объекта для практических целей.

Каждый из этих способов отражения приносит тем больше информации, чем совершеннее, то есть точнее наши природные измерительные средства. Точность же искусственных измерительных средств характеризуется ценой деления Δx шкалы измерительного прибора, и чем меньше Δx , тем точнее измерение и больше информации при прочих равных условиях он дает. Следовательно, количественное определение *чувственной информации* J , которая содержится в показаниях x измерительного средства,

$$J=x/\Delta x, \quad (1)$$

где J – число делений шкалы измерительного прибора между нулем и стрелкой, тогда x – полученное цифровое значение измеряемой величины, а Δx – значение единицы младшего разряда, с которым оперирует измерительное средство.

Согласно (1) можно получить бесконечно много информации, поскольку идеальный измерительный прибор имеет $\Delta x=0$, но любое материальное свойство всегда реализуется лишь в рамках конечной точности, или минимального диапазона существования Δy . Российский ученый Денисов назвал эту информацию потенциальной и вычислял её как $x/\Delta y$ в отличие от актуальной информации $x/\Delta x$, снимаемой с измерительных средств [16]. Тем самым безызыбочная часть потенциальной информации численно равна измеряемой материи M_k , так что

$$M_k=x/\Delta y \quad (2)$$

В данном примере речь идет не о материи вообще, понимаемой в философском смысле (M без индекса), а о конкретном материальном свойстве конкретного объекта (M_k), подвергаемого измерению, где индекс указывает на его единичность. Материя M вообще – статистически является средним значениям всех M_k и поэтому в среднем

подчиняется тем же законом, что и M_k . Изменяя объем понятия можно не меняя обозначения, понимать под M то массу, то разряд, то толпу людей, то материю вообще.

Если отношение диапазона существования материального свойства к цене деления шкалы измерительного прибора обозначить

$$R_k = \Delta y / \Delta x, \quad (3)$$

то между материей и информацией возникнет соотношение

$$J_k = R_k M_k, \quad (4)$$

где R_k – информационная проницаемость среды. При $R_k = 1$, то есть при $\Delta y = \Delta x$, имеем потенциальную информацию $J_k = M_k$, а при $R_k = 0$ не имеем никакой информации.

Основные формы существования информационного поля подчинены строгим принципам, выраженных в трех законах [18]:

1. **Закон чувственного отражения**, где информация есть функция материи.

2. **Закон структуры**, если чувственное отражение протекает в пространстве и времени, то информация представляет собой *сумму потоков информации от отдельных частей материальных объектов* или от их совокупности.

3. **Закон логического отражения** (логика усреднения и логика преобразования).

Обращаясь к диалектике отражения А. А. Денисов обращает внимание на «внешнее отражение» (взаимоотражение) и «самоотражение» (внутреннее отражение), которые соотносятся с основами диалектики «отрицания» и «двойного отрицания» (отрицание отрицания). Внешнее отрицание – это отрицание одного объекта другим объектом в пространстве. То есть внешнее отрицание всегда разобщено территориально, оба объекта находятся в разных точках пространства в момент отрицания. Внутреннее отрицание объекта его же изменениями, происходящими с самим этим объектом за период времени. То есть внутреннее отрицание (самоотрицание) имеет характеристику времени, отрицание будущим объектом его же настоящего и отрицание настоящим объектом его же прошлого [16].

В связи с этим на основе закона диалектики, возникает определение двойственной целостности распространения инфоволн:

В инфоволне одновременно существует как *поле отражения* (чувственное), так и *целевое поле* (логическое).

При прохождении инфоволны через нервную ткань (нейронные сети), то в последней протекают вначале *процессы чувственного познания* (отражения) окружающей действительности, а затем *процессы планирования, целенаправленного её изменения*. После этого вновь идёт *процесс познания (анализ) планов* и *процесс составления (синтез) усовершенствованных планов* [17].

Как мы видим, к 20-му веку сложилось две формы научной культуры, одна из них естественнонаучная и другая гуманитарная научная культура, которые различны по своим методам познания. Однако, их методы познания часто пересекаются в междисциплинарных областях исследования.

Современное философское учение об общих сущностях и категориях, фундаментальных принципах, структуре и закономерностях бытия переходит к новому исследованию сложности реальности. Глобальное эволюционирование сознания

переходит на более высокий уровень взаимодействия естественного интеллекта человека (ЕИ) с искусственным интеллектом автоматизированных машин (ИИ). В связи с чем расширяется круг возможных ответов на основной онтологический вопрос «Что действительно существует?» с точки зрения единства всех видов реальности: объективной, физической, субъективной, социальной и виртуальной. Сегодня по сравнению с предыдущими историческими периодами поменялось отношение человека к технологиям и среде своего существования.

3. Общие вопросы акмеологического подхода

В настоящее время среди специалистов есть две гипотезы о дальнейшем развитии взаимодействия ИИ и ЕИ.

Одно из них **техногенное развитие**, мы назовем **движение по катаболической траектории**. Общая направленность идеи данного движения сводится к тому, что людей ждет печальное будущее, с неизбежностью общечеловеческой катастрофы. В настоящее время наше осознание реальности связано с серьезными массовыми изменениями мировоззрения людей, что связано с возникновением новых ценностей, не имеющих ранее место в истории людей. Для примера принципиально новых человеческих ценностей воспользуемся возникшей в наше время новой так называемой религии, которую Харари [3] называет «датаизмом» (от английского data — данные). Верование в датаизм появилось сравнительно недавно в виде абстрактной научной теории, постепенно превращаясь в **религиозный культ**, устанавливающий свои критерии «добра и зла». Добро как высшая ценность датаизма – скорость и объем **идеальной** обработки «потока информации». Датаизм провозглашает, что Вселенная состоит из потоков данных и что ценность всякого явления или сущности определяется их *вкладом в обработку данных*. С точки зрения датаизма рыночный капитализм и государственный коммунизм — это не являются конкурирующими идеологиями или этическими убеждениями или политическими институтами, они являются всего на всего конкурирующими *системами обработки данных*.

А принятие датаизма биологией превратило частное открытие в компьютерных науках в общий катаклизм, способный полностью изменить понимание самой природы бытия. Датаизм указывает, что биохимические и электронные алгоритмы подчинены одним и тем же математическим законам. Датаизм также переворачивает понимание традиционной пирамиды обучения. Изначально данные являлись первичным звеном в цепочке развития интеллектуальной деятельности. Человек преобразовывал данные в определенную информацию, информацию преобразовывал в систему теоретический и практических знаний, и только потом знания преобразовывались в жизненную мудрость. Но сегодня стремительный и бесконечный поток данных люди уже не могут превращать в информацию и на следующих этапах в знания и мудрость. Поэтому обработка данных должна быть доверена ИИ, намного более мощным по скорости и объему, чем человеческий мозг (ЕИ). Именно этот фактор позволяет ставить ИИ выше по значению ЕИ, что по умолчанию предполагает в процессе развития техногенной цивилизации подчинение в конечном счете человека бездушной машине, и тем самым обесценивание ЕИ. Но это тупиковое направление. Общее развитие же предполагает

бесконечное движение к совершенству. Другая гипотеза **гуманитарное развитие**, имеет направленность идеи, которую мы назовем **общее движение по акмеологической траектории**.

Новое направление научных исследований в рамках социальной синергетики, которое получило название социальная акмеология (с греческого акме – вершина), исследует закономерности достижения произвольной социальной системой максимального совершенства путем самоорганизации [13, 14]. С точки зрения акмеологического подхода движение в сторону **наибольшего упадка** (от греческого катаболе – скатывание вниз) в развитии человечества связан с переходом от порядка к хаосу и имеет всегда временный характер, так как вслед за движением в сторону наибольшего упадка и достижения предельного состояния (маргинальное состояние) всегда идет обратное движение к **наибольшему подъему** (к относительному акме). Эти закономерности связаны с тем, что существует принцип чередования в любом развитии – движение в низ и движение вверх (чередование относительного акме и катаболе – проблема множественности чередований простых и странных аттракторов) в процессе общего движения к абсолютному акме (суператтрактор).

На основе акмеологического подхода можно рассмотреть не только формирование индивидуального идеала, но и формирование общечеловеческого идеала (общечеловеческого желания, смысловых представлений, идеализации социального идеала, канон, ритуал, представление общечеловеческого идеала), а также и более сложного гибридного синтетического идеала (ГИдеал). Все уровни формирования основаны на одних и тех же закономерных принципах.

Однако есть некоторые различия. Предельное представление об общечеловеческом желании способна выработать только социальная система, так как определенные специфические опции способные генерировать желания на уровне относительной осознанности отсутствуют у робототехники. Поэтому данный синтез интегрированных желаний будет зависеть от человеческого фактора. Следующий уровневый процесс связан со смыслом желаемого в принципе можно синтезировать из технического компонента и гуманитарного фактора ($T+G=ГСмысла$) для создания объекта исследования в виде гибридного синтезированного смысла общечеловеческих желаний. Следующий уровневый процесс – это идеализация, который предполагает, что всё **существенное** в гибридном синтезированном идеале будет **стремиться к своему максимальному пределу**, а всё **несущественное** будет **стремиться к нулю**.

В связи с тем, что человеческий фактор присутствует в системе ГСИдеала, то формирование и существование ГСИдеала происходит по тем же принципам, что и у индивидуального идеала, при этом соответствуя *относительной направленности интегрированного гибридного осознания* (общее желание ГИ, общие смысловые представления ГИ, идеализация синтетического идеала, общий канон, общий ритуал, универсальное представление синтетического идеала через взаимодействие разнообразия общечеловеческих и общих робототехнических идеалов).

Попробуем сформировать рабочую версию специфического понятия гибридный синтетический идеал даже если первый раз получится несколько косноязычно.

Общезначимый гибридный синтетический идеал (ГСИдеал) – это предельное представление общезначимого гибридного синтетического идеала (1), содержанием которого оказывается реальное явление, совпадающее с его сущностью (2) в авторской (сверхсложного интегративного гибридного синтетического интеллекта) интерпретации (3).

Гибридный синтетический идеал живет не сам по себе, а включен в несколько последовательно-параллельных синтезирующих процессов реальности: 1) синтез индивидуальных идеалов; 2) синтез робототехнических программных идеалов; 3) синтез социальных и робототехнических программных идеалов; 4) синтез гибридного синтетического идеала и возможностей общего развития жизненной среды. Очевидно, что это довольно сложная система в сверхсложном неравновесном устойчивом процессе.

Качественное создание самого ГИ предполагает динамику культурного развития в социальной среде, которая состоит из нескольких областей:

- 1) воспитание человека с определенной идеологией (идеологический образ);
- 2) «выращивание» ИИ («возделывание»);
- 3) устойчивое общее развитие;
- 4) образование (мышление образами и идеями), обучение;
- 5) культ нового сверхчеловека в техногенной цивилизации (поддержание и усиление веры в гибридный синтетический идеал).

4. Проблемные аспекты ноосферного интеллекта

Движение к сверхсложной единой интеллектуальной системе дает повод задуматься о новом качестве создаваемой реальности в глобальном масштабе. Необходимо осознавать, что мы получим новую единую сущность, где появятся новые свойства в созданной сверхсложной целостной системе ГИ.

Л. фон Берталанфи [2] считал закономерность эмерджентности основной системной проблемой. Появление (*emerge* - появляться) у новой сверхсложной системы ГИ новых свойств, отсутствующих у вошедших в нее компонентов, является признаком новой целостности и соотносится с целью, для выполнения которой создается система ГИ. Необходимо добавить, что А. Холл [5] ввел две сопряженные системные закономерности, которые он назвал *прогрессирующей факторизацией* (стремление системы к состоянию со все более независимыми элементами), и *прогрессирующей систематизацией* (стремление системы к уменьшению самостоятельности элементов), то есть к большей целостности. Состояние системы можно охарактеризовать степенью проявления одного из этих свойств [15].

Очевидно, что с появлением идеи о гибридном синтетическом интеллекте возникает возможность говорить о трех общих направлениях развития человеческой цивилизации:

1. закат человечества (его природных качеств) и победа ИИ в образе Сверх ИИ,
2. уничтожение робототехнических устройств (война с роботами) и возвращение человека в природу,

3. создание гибридного синтетического интеллекта и его дальнейшего саморазвитие.

Какое из этих трех направлений развития самое лучшее, мы еще думаем и поэтому не пришли к единому мнению.

Очевидно, духовная культура человечества претерпела коренные изменения в связи с современными пониманиями системы ценностей. Соответственно, когда понятие бытия делится на два элемента:

1. реальность (онтология) и

2. ценность как возможность практической реализации (аксиология),

то задача аксиологии как особого раздела философского знания показать возможности практического развивающегося разума в общей структуре бытия.

Аксиология изучает вопросы, связанные с природой ценностей, их местом в реальности и структурой ценностного мира, то есть о связи различных ценностей между собой, с социальными и культурными факторами и структурой личности. Но в 21 веке речь идет не о культуре личности (культ личности), а о культуре более высокого порядка, назовем данное направление культура **общего ноосферного интеллекта** (культ ноосферного интеллекта).

Исследование динамики развития нового феномена предполагает несколько **проблемных аспектов общего ноосферного интеллекта** с точки зрения акмеологического подхода:

1. Два общеметодологических синтеза: а) синтез интеллекта индивидуального с социальным; б) синтез интеллекта техногенного и социального интеллекта. Это предполагает преобразование с приобретением новых свойств в области ноосферы, то есть земной и космической системы.

2. Переход от земного (глобального) порядка сознания к космическому, что предполагает также относительное акме (созидание) и относительное кате (разрушение), но более высокого ноосферного уровня.

3. Выход гибридного синтетического интеллекта (за пределы Земли) из более низкого земного уровня, от единичного акме-порядка к множественному акме-порядку (плавающий ноосферный акме-центр).

4. Максимальная устойчивость балансирования ноосферного интеллекта между относительных акме-центров и абсолютного акме в развитии синтеза совершенного ноосферного интеллекта.

5. Развитие ноосферного совершенного интеллекта с движением к абсолютному плавающему акме-центру (суператтрактор).

Попытаемся пойти дальше и немного приоткрыть будущее, какова же возможная структура дальнейшего пути развития человечества.

Приходит на ум знакомая всем древовидная система эволюции Дарвина, где человек является конечной вершиной развития живых организмов. Если смотреть дальше, то этот «венец эволюции» продолжает движение, оставляя позади на «тупиковых ветках» как людей, не желающих интегрироваться с ИИ и воюющих с

роботами, так и «чистое андроидное» направление (Сверх ИИ), которое не интегрировалось с ЕИ.

Человек находится уже на пути нового качества развития, обусловленного созданием систем гибридного синтетического интеллекта, которому мы дали название ноосферный интеллект. Рассматривая общее интеллектуальное развитие определенного как ноосферный интеллект, мы видим его прямое отношение к общему принципу развития и, в частности, к развитию нашей цивилизации. На основании общего принципа развития цивилизация имеет 2 аспекта:

1. Глобальная цивилизация, где основным сложным компонентом является человеческое сознание,

2. Солярная цивилизация, где основным сложным компонентом является Вселенское сознание (Ноосферный интеллект).

Сегодня техногенная цивилизация выходит на новый уровень развития и ставит актуальный вопрос о практическом использовании ноосферного интеллекта, то есть «кто будет жить в системе ноосферного интеллекта?» и «кто будет в общей системе управления?» (управление человеком через идеалы, управление ИИ через комплексную архитектуру программ) саморазвивающейся сверхсложной структуры.

Литература:

1. Andreas Kaplan; Michael Haenlein (2019) Siri, Siri in my Hand, who's the Fairest in the Land? On the Interpretations, Illustrations and Implications of Artificial Intelligence, Business Horizons, 62(1).
2. Bertalanffy L. von. General systems theory: critical review // Researches in General systems theory. - М.: Progress, 1969. - p. 23-82.
3. Harari Y.N. Homo Deus. A brief history of tomorrow. – М.: Sinbad, 2018. – 498 pages, p.442 – 460.
4. Haugeland, J. (1985). Artificial Intelligence: The Very Idea. Cambridge, Mass: MIT Press.
5. Holl A. A Methodology for Systems Engineering. М.: Sov. radio, 1975. 448 pages.
6. John McCarthy. WHAT IS ARTIFICIAL INTELLIGENCE? DOI: <http://www-formal.stanford.edu/jmc/whatisai/whatisai.html>
7. Yaspers K. General Psychopathology. Translated from German by L.O. Okopyan, edited by V. F. Voytzeha, Doctor of Medicine, and O. Yu. Boytzova, PhD candidate, – Moscow.: «Praktika», 1997. – 1056 pages, p.686.
8. Аверкин А. Н., Гаазе-Рапопорт М. Г., Поспелов Д. А. Толковый словарь по искусственному интеллекту. – М.: Радио и связь, 1992. – 256с.
9. Алан Тьюринг. Могут ли машины мыслить? – М, 1960. URL: <http://evrika.tsi.lv/index.php?name=texts&file=show&f=347>
10. Бобер Ж. Киберфизическая среда: на пороге рождения системы гибридного интеллекта // Системный анализ в проектировании и управлении: Сборник научных трудов XXIII Междунар. науч.-практич. конф. Ч. 1. – СПб.: Изд-во Политех-Пресс, 2019. - 584 с., С. 201-218.
11. Бобер Ж. Маргинальность в социокультурной системе. Жанна Бобер. – СПб.: ПОЛИТЕХ-ПРЕСС, 2019. – 341с.
12. Бобер Ж. Самоорганизация идеалов в концепции синергетического историзма // Синергетика и синергетический историзм / Под ред. С.Д. Пожарского. - СПб.: ИДЕАЛ, 2005. – 324 с., С.43-49.
13. Бранский В. П., Пожарский С. Д. Глобализация и синергетический историзм. – СПб.: Политехника, 2004. – 400 с., С. 282-314.
14. Бранский В. П., Пожарский С. Д. Социальная синергетика и акмеология. - СПб.: Политехника, 2002, - 476 с., С. 34-35.
15. Волкова В. Н. Открытые системы: Переосмысливая Л. фон Берталанфи / В. Н. Волкова. Издательство ПОЛИТЕХ-ПРЕСС, 2019. 440 с.
16. Денисов А. А. Введение в информационный анализ систем. – Текст лекций. -Л., изд. ЛПИ, 1988. – 52с.
17. Денисов А. А. Теоретические основы кибернетики: информационное поле. – Ленинград: Лен. Политех. Институт им. М. И. Калинина, 1975. – 54 с.
18. Денисов А. А. Теория информационного поля. – СПб.: Политехнический университет, 2011. – 280 с.
19. Друкер П. Естественный и искусственный интеллект. URL: <http://udik.com.ua/books/book-584/chapter-20419/>
20. Ильясов Ф. Н. Разум искусственный и естественный//Известия АН Туркменской ССР, серия общественных наук. 1986. № 6. С. 46—54.

21. Осипов Г. С. Искусственный интеллект: состояние исследований и взгляд в будущее. URL: <http://www.raai.org/about/persons/osipov/pages/ai/ai.html>
22. Пожарский С. Д., Юмкина Е. А. Акмеология и катабология: предпосылки, понятия, методы. – СПб.: ООО «Скифия-Принт», 2017. – 161 с., С.124.

УДК 33:001.895, ББК 29-551-21

И.А. Брусакова, Р.И. Мамина, Е.В. Пирайнен
Irina Brusakova, Raisa Mamina, Yugin Pirainen
brusakovai@mail.ru, maminaraisa@yandex.ru, evpirainen@gmail.com

Цифровые коммуникации: особенности взаимодействия **Digital Communications: Interaction Features**

Санкт-Петербургский Государственный электротехнический университет «ЛЭТИ».
Saint-Petersburg State Electrotechnical University "LETI"

В статье представлены механизмы встраивания современных цифровых коммуникаций в интеллектуальные среды цифровой субкультуры. Приведен обзор существующих технологий формирования интеллектуальных сред и характеристики различных видов коммуникаций. Представлена концепция VUCA-среды как организации интеллектуальной среды цифровой субкультуры, отличающаяся от существующих ранее возможностью быстрых изменений управленческого решения в зависимости от изменений внешней среды.

Ключевые слова: интеллектуальные среды, цифровая субкультура, цифровая коммуникация, киберфизическая система, VUCA-среда.

The article presents the mechanisms of embedding modern digital communications into intelligent environments of digital subculture. Provides an overview of existing intelligent technologies and characteristics of different types of communications. The concept of VUCA-environment of organization of intelligent environment of digital subculture is presented, which differs from existing earlier possibility of rapid changes of management solution depending on changes of external environment.

Keywords: Intelligent environments, digital subculture, digital communication, cyberphysical system, VUCA environment.

Современный мир – это мир цифровых технологий и глобализации рынка, вся его коммуникативная составляющая развивается в трех пространственных измерениях: в реальном (Physics), виртуальном (Digital), а также при их взаимодействии («Phygital»). В реальном пространстве коммуникативная составляющая представлена речевой, письменной и поведенческой видами коммуникации, в свою очередь коммуникативное взаимодействие подразделяется по способу передачи информации на вербальную и невербальную коммуникации. Следует отметить, что существуют и другие подходы, например, деление коммуникации на социально-ролевое, межличностное, групповое, деловое, светское, ритуальное, этикетное и др.

Однако в соотношении Physics, Digital и Phygital взаимодействия именно способ передачи информации является определяющим, поскольку, например, виртуальном пространстве присутствуют только поведенческая и письменная виды коммуникации, которые отражают такие сущностные характеристики сети, как скорость, визуализация информации, клиповость мышления, феномены виртуального и дополненного пространства и др. При этом, текстовую коммуникацию в сети аналитики называют новой «устно-письменной» разновидностью коммуникации, отличительной особенностью которой в отсутствии невербального контекста, стало ярко выраженное пренебрежение к правилами орфографии, пунктуации и соблюдению

общепринятых этических и этикетных норм при общении участников сетевого взаимодействия, что актуализирует проблему грамотности и в целом поведенческой культуры в Сети [1].

Phygital-коммуникация – это новый вид коммуникации, которая представляет собой взаимодействие реального бытия современного социума и его виртуального бытия в Сети, что обусловлено качественно новыми характеристиками Всемирной Глобальной паутины третьего поколения – Web 3.0. Однако сначала немного об истории и теории вопроса.

Предистория World Wide Web или Всемирной Глобальной паутины начинается в 80-90 гг. прошлого столетия, в период так называемых доинтернетных сетей, который специалисты определяют как «Web 0.0», или «лексический». В период «Web 0.0» были сделаны первые попытки объединения ресурсов в глобальные информационные сети. Однако правила общения в сети еще не носили глобальный характер, так как сервер мог выполнять только команды пользователя, а пользователь – только читать данные сервера.

Эра World Wide Web, которую сегодня определяют как совокупность цифровых источников информации, оформленных в виде веб-страниц (или иначе гипертекстовых документов) наступила несколько позднее.

Эра World Wide Web наступила несколько позднее. Принято считать, что история Глобальной сети Интернет, как объединение компьютеров для совместного использования информационных ресурсов человека, относится к началу 90-х гг. XX века. Вместе с появлением первого поколения Всемирной паутины – Web 1.0, которая является изобретением британских ученых Тима Бернерс-Ли и Роберта Кайо, образовалась сетевая морфология, которая предоставила пользователям возможность, входя в сеть получать информацию из любого ресурса.

В начале XXI века, на смену Web 1.0 пришел Web 2.0, или так называемая синтаксическая паутина с ее возможностью диалога: «ресурс – пользователь», «клиент – сервер». В новых условиях контент стал генерироваться уже пользователями сайта, но модерироваться все еще администрацией. Термин «Web 2.0», определяющий новые качественные характеристики сети, был предложен в 2005 г. Тимом О’Рейли, основателем американского медиахолдинга O’Reilly Media и его коллегой, Дейлом Дагерти, вице президентом данного медиахолдинга, специализирующегося на издании научной и научно-технической литературы, а также предоставляющего образовательные услуги в режиме онлайн.

Новый Web 3.0 предоставляет возможность генерации и модерации контента самим пользователям, массовое распространение получили межсерверные отношения, основанные на базе информационных процессов. [2]. По определению автора концепции Джейсона Калаканиса, руководителя Netscape.com, Web 3.0 представляет собой высококачественный контент и сервисы, создаваемые профессионалами на технологической платформе Web 2.0. Данное определение было опубликовано в личном блоге Калаканиса 10 марта 2007 г. и сразу стала предметом широкого обсуждения. В частности, Тим О’Рейли, автор термина Web 2.0, исходя из

социокультурной идеи нового Web, предложил определение Web 3.0 «как взаимодействие Интернета с физическим миром» [3]. Сегодня это взаимодействие определяют как офлайн/онлайн взаимодействие, или Phygital-взаимодействие. Термин «phygital», хотя еще не имеет широкого применения, но, по мнению аналитиков, именно этот термин наиболее точно отражает объединение двух реальностей – физической и цифровой, поскольку его формула включает в себя «Physics + Digital = Phygital»[4]. Новый вид взаимодействия, в отличие от дополненной реальности, одновременно работает в реальном и виртуальном мирах. При этом основная идея заключается в том, чтобы используя сильные стороны двух измерений направить их на прогрессивное развитие, как отдельного человека, так и всего социума.

Одно из следствий развития нового вида взаимодействия в условиях цифровых реалий заключается в том, что наряду с поведенческой и письменной, актуализируется значение голосовой речевой коммуникации в Сети, и, соответственно, невербального контекста общения. В этой связи специалисты отмечают и наметившуюся общую тенденцию возрастающего значения искусства общения на всех уровнях среды взаимодействия – Physics, Digital, Phygital: «Голосовая коммуникация вернет утраченную позицию, потому что мы делаем поисковые запросы в Интернете, бронируем гостиницы, осуществляем финансовые транзакции, управляем домами и машинами, отправляем сообщения и даже (шепотом) взаимодействуем с другими людьми посредством общения и слушания» [5].

Одним из первых кто применил термин «Phygital» по отношению к новому виду коммуникативного взаимодействия был Крис Вейл, генеральный директор агентства Momentum. Он отметил, что «для современного человека нет границ между цифровым и физическим мирами: мы используем цифровые технологии, чтобы управлять своей «физической» жизнью, и одновременно сами активно влияем на цифровой мир (в том числе и на медиа)» [6]. Особенность Phygjital-коммуникации в ее нелинейности и возможности передавать объемную многоплановую информацию, доступную в любое время в любом месте, причем не только для восприятия, но и для дальнейшей передачи через посты, сторис, прямые трансляции и т.п. Поэтому тема Phygital-взаимодействия в настоящее время является предметом особого внимания специалистов и исследуется в трех основных направлениях: в узком, в расширенном и в широком смысле.

В частности, в узком смысле Phygjital понимается как инструмент, дающий новые возможности в коммуникационном пространстве. Расширенный подход рассматривает Phigjital как методологию взаимодействия, связанную, в первую очередь, с организацией бизнес-коммуникаций. В самом широком смысле Phygjital понимается как цивилизационный контент, как философия новой стадии развития общества – цифрового общества, как система взаимодействия в новом мире, когда цифровое пространство проникает в физическое и интегрируется с человеком. Цифровые технологии не просто пронизывают нашу жизнь насквозь, они становятся продолжением нашего мозга [7].

Среди технологических направлений, обеспечивающих развитие Phygital среды – это, прежде всего:

- SIP-телефония (Session Initiation Protocol – разновидность IP-телефонии; поддерживает передачу не только голоса, но и видеопотока везде, где есть доступ в Интернет);

- развитие «сильного интеллектуального искусственного интерфейса», (автор термина - американский философ Джон Серл). Искусственный интеллект, который существует сегодня классифицируют как «слабый ИИ», поскольку он выполняет только то, на что его запрограммировал человек, в отличие от «сильного ИИ», который, по мысли ученых, будет обладать сознанием и способностью мыслить как человек, но принимать решения без участия человека; а также

- киберфизические системы, которые определяют как прототип искусственного интеллекта. Главной отличительной особенностью киберфизических систем является то, что они основаны на интеграции виртуального и физического бытия и одинаково применимы как для управления техническими, так и социально-экономическими процессами. Киберфизические системы, как подчеркивают специалисты, будут внедряться в заводские процессы с наступлением периода новой индустрии – «Индустрия 4.0», или новой четвертой промышленной революцией. Четвертая промышленная революция характеризуется сменой парадигм, т. е. того как мы работаем, общаемся, самовыражаемся, получаем информацию, пользуемся ее, развлекаемся, отдыхаем. С четвертой промышленной революцией связывают понятие «Бережливых инноваций». В это понятие связывают с необходимостью внедрения технологий умных затрат в инжиниринг всех ресурсов, итерационный характер взаимодействий с клиентами, гибкое использование производственных мощностей и ресурсов, обеспечение экологичности решений, воспитание культуры бережливости [7 - 11].

По оценке ученых масштабы изменений, связанных с четвертой промышленной революцией носят исторический характер. К ее особенностям, прежде всего, относятся: экспоненциальные темпы развития, технологические прорывы (искусственный интеллект, роботизация, «Интернет вещей», «Интернет людей», «Интернет сервисов», 3D печать, нанотехнологии, биотехнологии и др.) и, как следствие, возникновение VUCA-мира.

VUCA является акронимом английских понятий volatility, uncertainty, complexity и ambiguity, где volatility (нестабильность) – является обозначением того, что в настоящий момент события совершенно непредсказуемы и сменяют друг друга столь быстро, что предсказать и спланировать что-то часто не представляется возможным и нужно приспосабливаться; uncertainty (неопределенность) – означает, невозможность предугадать, что будет дальше; complexity (сложность) – выражается во множестве непростых для осознания факторов, а также причин, по которым могут сложиться те или иные проблемы; и наконец, ambiguity (неясность, двусмысленность) – означает проблематичность поисков ответов на вопросы: «кто?», «что?», «почему?» и «когда?» [12].

Мир VUCA - это мир четвертой промышленной революции, и чтобы выжить в этом мире, нужно быть быстрым, динамичным, способным постоянно меняться,

адаптироваться, подстраиваться под требования этого мира как на персональном, так и организационном уровнях.

Поэтому в условиях VUCA-среды с необходимостью, в первую очередь, встают вопросы, связанные с принятием управленческих решений по отношению ко всем механизмам балансировки современного глобального рынка. В частности, трендом современного инновационного развития России является внедрение интеллектуальных информационных технологий в процессы поддержки и принятия управленческих решений в систему аграрно-промышленного комплекса. Оценка готовности к цифровым трансформациям ведется по показателям зрелости инновационной инфокоммуникационной инфраструктуры.

Однако наряду с внедрением цифровых технологий в управленческую систему, как одного из важных критериев установления стабильности в условиях VUCA-мира, мировое сообщество акцентирует внимание на вопросах этичности поведения в бизнесе. В этой связи известный немецкий экономист Карл Шваб, основатель и бессменный руководитель Всемирного Давосского экономического форума, автор концепции «четвертая промышленная революция», подчеркивает: «В мире, где больше нет ничего постоянного – одной из важнейших ценностей становится – доверие» [13, С. 99]. В свою очередь, Д. Тапскотт, один из апологетов цифровой экономики, также отмечает: «Соблюдение этических норм... как отдельными людьми, так и организациями, в целом, влечет огромные экономические последствия (для ценности, производительности, качества жизни и т.д.). Более того этичность – это такой же значимый фактор производства, как труд, капитал и технология» [14, с. 89]. Поэтому в условиях новых реалий актуализируется значение этичного поведения в бизнесе, которое реализуется в таких социально-этических категориях как «репутация», «бренд», «престиж», при этом, они выступают и как инструменты установления доверия в транзакциях деловой среды и повседневной жизни, и, соответственно, как факторы конкурентного преимущества в пространстве современного глобального рынка. Такие технологии включают технологии репутационного менеджмента, брендинга, управления талантами. Эти технологии позволяют реализовать этичность поведения в цифровой и нецифровой среде современного социума [15].

Таким образом, субкультура «как система норм и ценностей, отличающих одну группу от большинства общества» [16], в условиях VUCA-среды использует управленческую тематику, основанную на цифровых технологиях. Цифровые коммуникации VUCA-среды позволяют выстраивать архитектуру устойчивого развития цивилизации.

Литература:

1. Интернет-коммуникация как новая речевая формация Электронный ресурс. колл. монография. М.: ФЛИНТА, 2016, с.
2. Хайдаров К.А. Введение в Web-технологии [Электронный ресурс]: конспект лекций. Боровское исслед. учред. – Бурбай, 2015. Режим доступа URL: [http://www. Bourabai.kz/dbt/web/evolution.htm/](http://www.Bourabai.kz/dbt/web/evolution.htm/) (дата обращения: 26.02.2018).
3. Хветкевич А. Говорит и показывает Интернет или Web 3.0 в действии. [Электронный ресурс] / А. Хветкевич // 2009. Режим доступа URL: <https://info.nic.ua/articles/article-opinion/govorit-i-pokazyivaet-internet-ili-web-3-0-v-d> (дата обращения: 10.07.2018).

4. Стиллман Д., Стиллман И. Поколение Z на работе. Как его понять и найти с ним общий язык. -М.: Манн, Иванов и Фербер, 2018, с.77
5. Трежер Дж. Выступление в стиле TED. Говорю. Слушаю. Слышу. Спб.: Издательство «Питер», 2018, с. 32.
6. Вейл, К. «Пугает ли меня то, что издатели становятся нашими конкурентами? А как это может не пугать?» [Электронный ресурс] / К. Вейл // 2010. Режим доступа URL: <https://www.kommersant.ru/doc/1374408> (10.09.19)
7. Кузьменкова М. А. Phygital-технологии – инновация в мире коммуникаций. Электронный научный журнал Факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова «Медиаскоп», Вып. №3. 2014г. [Электронный ресурс] / URL: <http://www.mediascope.ru/1570> (дата обращения: 9.09.2019).
8. Горохов В.Л., Брусакова И.А. Когнитивные технологии визуализации инновационной сложности. Технологическая перспектива в рамках евразийского пространства: новые рынки и точки экономического роста. Мат. 4^{-ой} Междунар. науч. конф. (Санкт-Петербург, 13–15 декабря 2018 г.). СПб.: Астерион; 2018:473–476.
9. Hall, J.Sir Stuart Roser jn the ethical spirit of Marks@Spencer/ - Daily Telegraph< Febuary 1st 2009.
10. Brusakova I.A., Shepelev R.E. Innovations in the technique and economy for the digital enterprise. In: 2016 IEEE V Forum “Strategic Partnership of Universities and Enterprises of Hi-Tech Branches (Science. Education. Innovations)”. (16–18 Nov. 2016). New York: IEEE; 2016:27–29. DOI: 10.1109/IVForum.2016.7835844.
11. Brusakova I. Cognitive technologies of information managements of business processes of the digital enterprises. *International Journal of Advanced Information Science and Technology*. 2016;5(1):73–76. DOI: 10.15693/ijaist/2016.v5i1.73-76.
12. Мир VUCA и подходы выживания в нем. URL: <http://becmology.ru/blog/management/vuca.htm> (ата обращения: 2.10.2019)
13. Шваб К. Четвертая промышленная революция. –М.: Эксмо, 2016.
14. Тапскотт Д. Технология блокчейн: то, что движет финансовой революцией сегодня. М., «Эксмо», 2017.
15. VUCA: новая среда управления талантами и планирования персонала URL: <http://hrm.ru/vuca-novaja-sreda-upravlenija-talantami-i-planirovanija-personala> (Дата обращения 4.10.2019)/
16. Новейший философский словарь URL:https://dic.academic.ru/dic.nsf/dic_new_philosophy (Дата обращения 4.10.2019).

УДК 004.891.3, ББК 32.813.5

А.В. Потапова¹, Г.С. Тибилова², А.В. Овчаренко
 Anastasiya Potapova, Galina Tibilova, Andrey Ovcharenko
 anastasia589@mail.ru, tibilova@iac.spb.ru, ovcharenko@iac.spb.ru

Применение экспертных систем в проектировании проактивных государственных услуг Using of Expert Systems in the Design of Proactive Public Services

¹*Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого*

²*Санкт-Петербургское государственное унитарное предприятие «Санкт-Петербургский
 информационно-аналитический центр»*

Peter the Grete St. Petersburg State Polytechnic University

St. Petersburg state unitary firm "St. Petersburg information and analytical centre"

В работе исследуются особенности использования интеллектуальных экспертных систем в предоставлении государственных услуг. Описана структура экспертной системы и механизм ее работы. Рассмотрены механизмы логического вывода экспертных систем, основанных на Байесовской модели и нейронной сети Хопфилда. Построена схема сети экспертных систем и механизмов для обработки входных и выходных данных. Приведены примеры использования экспертных систем в качестве «умного помощника» для рекомендации государственных услуг пользователю.

Ключевые слова: экспертные системы, интеллектуальные системы, человеко-машинное взаимодействие, проактивность, государственные услуги.

The paper explores the features of using intelligent expert systems in the provision of public services. The structure of the expert system and the mechanism of its work are described. The logical inference mechanisms of expert systems based on the Bayesian model and the Hopfield neural network are considered.

A network of expert systems and mechanisms for processing input and output data has been built. Examples of using expert systems as a “smart assistant” for recommending public services to a user are given.

Keywords: expert systems, intelligent systems, human-machine interaction, proactivity, public services.

Государственная услуга – это процесс принятия решения исполнительными органами государственной власти, направленный на предоставление гражданам определенных материальных благ в заявительном порядке, то есть при личном обращении граждан в ИОГВ и подаче заявления. В качестве примеров государственных услуг может выступать оформление права собственности, назначение и выплата социальных пособий, регистрация актов гражданского состояния и т.д.

С точки зрения цифровизации государственная услуга представляет собой процесс принятия решения на основании ряда документов, состав которых регламентирован законодательством. В рамках создания электронного правительства стояла задача реализовать сбор данных документов и передачу их лицу, принимающему решение, в электронном виде. Начиная с 2007 года создавалась ИС, которая реализует получение ряда информационных массивов из независимых ведомств и ведомственных информационных систем в электронном виде (Межведомственная автоматизированная информационная система предоставления в Санкт-Петербурге государственных и муниципальных услуг в электронном виде, МАИС ЭГУ). В настоящее время в электронном виде доступны 250 государственных услуг.

В то же время в рамках нацпрограммы «Цифровая экономика» поставлена задача цифровой трансформации предоставления государственных услуг в 2020-2024 годах, которая должна основываться на следующих принципах:

- 1) реестровая модель предоставления услуг;
- 2) проактивность предоставления услуг;
- 3) экстерриториальность предоставления услуг;
- 4) многоканальность предоставления услуг;
- 5) исключение участия человека в процессе направления межведомственных запросов и принятия решения при предоставлении услуг.

Наибольшую методическую сложность представляет реализация проактивности, о которой, в том числе, сообщается в Послании Президента Российской Федерации Федеральному Собранию Российской Федерации от 20.02.2019.

При проактивном предоставлении государственных услуг инициатором процесса является государство, которое, на основе анализа известных ему данных о гражданине, само предлагает ему получить полагающиеся ему услуги. В настоящее время процесс предоставления государственной услуги начинается в тот момент, когда гражданин обращается в ИОГВ с заявлением и пакетом документов. Пакет документов рассматривается ЛПР, после чего принимается решение о предоставлении или не предоставлении соответствующей услуги, а также, в некоторых случаях, об объеме предоставления услуги (например, сумме выплаты). В случае, если гражданин не знает, что ему положена услуга, он ее не получит.

Однако в Послании Президента Федеральному Собранию в 2019 году было сказано, что государственные услуги должны предоставляться проактивно.

Проактивность в данном случае проявляется в такой форме человеко-машинного взаимодействия, когда машина сама предлагает или рекомендует пользователю услуги.

Понятие «проактивность» тесно связано с понятием суперсервиса. Суперсервис – это совокупность государственных услуг, положенных гражданину при наступлении той или иной жизненной ситуации (рождение ребенка, переезд в другой регион и т.д.). В перспективе все государственные услуги, включенные в суперсервис, должны предоставляться на основании одного заявления, формируемого проактивно.

Проактивность осуществляется на основании:

- данных, которые государству известны о гражданине (представителе бизнеса, далее – пользователь).

В ходе создания электронного правительства эти данные были переведены в электронный вид и в настоящее время находятся в различных отраслевых информационных системах. Важно отметить, что некоторые из этих данных не меняются (например, год рождения), а некоторые требуется регулярно актуализировать (например, данные о браке). Таким образом, требуется не только выявить эти данные и их источники, но и определить периодичность, с которой они должны обновляться;

- данных об активности пользователя, о том, какие услуги он получал ранее, какими сервисами пользовался. Эти данные могут поступать из отраслевых систем и накапливаться в системе предоставления электронных государственных услуг.

- данных об активности пользователя в социальных сетях.

Для реализации проактивности создается постоянно обновляемый и пополняемый цифровой профиль пользователя, интегрированный с государственными информационными системами, системами коммерческих компаний и социальными сетями.

При этом необходимо учитывать такие ограничения, как низкая доступность в электронном виде и низкая достоверность некоторых информационных массивов.

В настоящее время осуществляется разработка методики перевода предоставления государственных услуг в проактивный режим, создания «умного» помощника. В рамках методики предполагается, что на первом этапе внедрения проактивности, в условиях низкой доступности и достоверности некоторых данных, услуга или сервис могут быть рекомендованы пользователю только с определенной долей вероятности. При разработке такой методики были предложены экспертные системы (далее ЭС), как возможный вариант решения задачи.

Понятие экспертных систем и механизм их работы

Экспертная система — компьютерная система, способная частично заменить специалиста-эксперта в разрешении проблемной ситуации.

Структура ЭС может быть следующей:

- Интерфейс пользователя;
- Пользователь;
- Интеллектуальный редактор базы знаний;
- Эксперт;

- Инженер по знаниям;
- Рабочая (оперативная) память;
- База знаний;
- Решатель (механизм логического вывода (МЛВ));
- Подсистема объяснений.

На данном этапе разрабатываются элементы базы знаний и механизм логического вывода.

База знаний ЭС создаётся при помощи трёх групп людей:

- эксперты той проблемной области, к которой относятся задачи, решаемые ЭС;
- инженеры по знаниям, являющиеся специалистами по разработке интеллектуальной информационной системы (ИИС);
- программисты, осуществляющие реализацию ЭС.

Разрабатываемую ЭС можно классифицировать как систему диагностики, так как она должна по критериям определить «диагноз»: на какую из услуг может претендовать заявитель по имеющимся у него основаниям.

Для этого в экспертной системе были заложены два механизма распознавания и классификации объектов:

- 1) распознавание по Байесу;
- 2) модель Хопфилда.

1) Наивный байесовский классификатор — простой вероятностный классификатор, основанный на применении теоремы Байеса со строгими (наивными) предположениями о независимости.

В зависимости от точной природы вероятностной модели, наивные байесовские классификаторы могут обучаться очень эффективно. Во многих практических приложениях для оценки параметров для наивных байесовых моделей используют метод максимального правдоподобия; другими словами, можно работать с наивной байесовской моделью, не веря в байесовскую вероятность и не используя байесовские методы.

Несмотря на наивный вид и, несомненно, очень упрощенные условия, наивные байесовские классификаторы часто работают намного лучше во многих сложных жизненных ситуациях.

Достоинством наивного байесовского классификатора является малое количество данных необходимых для обучения, оценки параметров и классификации.

2) Нейронная сеть Хопфилда — полносвязная нейронная сеть с симметричной матрицей связей. В процессе работы динамика таких сетей сходится (конвергирует) к одному из положений равновесия. Эти положения равновесия определяются заранее в процессе обучения, они являются локальными минимумами функционала, называемого *энергией сети* (в простейшем случае — локальными минимумами отрицательно определённой квадратичной формы на n -мерном кубе). Такая сеть может быть использована как автоассоциативная память, как фильтр, классификатор, а также для решения некоторых задач оптимизации. В отличие от многих нейронных сетей, работающих до получения ответа через определённое количество тактов, сети

Хопфилда работают до достижения равновесия, когда следующее состояние сети в точности равно предыдущему: начальное состояние является входным образом, а при равновесии получают выходной образ.

Алгоритм обучения сети Хопфилда существенно отличается от таких классических алгоритмов обучения перцептронов, как метод коррекции ошибки или метод обратного распространения ошибки. Отличие заключается в том, что вместо последовательного приближения к нужному состоянию с вычислением ошибок, все коэффициенты матрицы рассчитываются по одной формуле, за один цикл, после чего сеть сразу готова к работе. Как только веса заданы, обученная сеть становится способной "распознавать" входные сигналы - то есть, определять, к какому из запомненных образцов они относятся.

ЭС функционирует в двух режимах:

1. Режим ввода знаний (режим обучения) — в этом режиме эксперт с помощью инженера по знаниям посредством редактора базы знаний вводит известные ему сведения о предметной области в базу знаний ЭС.

2. Режим консультации (режим распознавания) — пользователь ведёт диалог с ЭС, сообщая ей сведения о текущей задаче и получая рекомендации ЭС. Например, на основе сведений о физическом состоянии больного ЭС ставит диагноз в виде перечня заболеваний, наиболее вероятных при данных симптомах.

Когда был создан минимально необходимый интерфейс (GUI), ЭС была протестирована на простых примерах. Для этого необходимо:

1. задать список объектов для распознавания, для каждого из них список признаков, которые его характеризуют;

2. в режиме обучения, выбирая признаки, обучаем систему определять для какого объекта они характерны. Важно понимать, что на этапе обучения ЭС ошибаться в определении признаков нельзя, иначе система будет обучена неверно, т.е. перед началом обучения ЭС необходимо тщательно обследовать предметную область;

3. когда эффективность обучения ЭС достигнет 100%, она может распознавать объекты корректно. На практике распознавание по Байесу очень хорошо себя зарекомендовало. Даже при ошибках пользователя в признаках, система выдает результат с наибольшей долей вероятности. Далее был создан второй уровень системы, который более конкретизирует выбранный на первом уровне объект по его характеристикам.

Пример использования ЭС.

Для обучения системе выдается список признаков для каждого объекта в виде закрытого вопроса (ответ Да/Нет) либо в виде утверждения.

Были заданы три объекта: птица, самолет и планер. Определяем список признаков для каждого объекта.

Самолет: крылья, хвост, двигатель шасси.

Птица: крылья, хвост, клюв, оперение.

Планер: крылья, хвост шасси.

Например, при распознавании на первом уровне системы ЭС определила птицу, тогда на втором уровне мы конкретизируем птицу.

Признаки второго уровня для объекта «Птица»: Плавает? Летает? Ходит?

В зависимости от выбранных параметров определяем ворона, утка или страус.

Использование экспертных систем для распознавания государственных услуг

Поскольку первые испытания ЭС прошли успешно, решено было начать обучение ЭС для определения государственных услуг. Так, например, для определения того претендует ли заявитель на единовременное пособие по рождению ребенка, были определены такие критерии, как «Вы гражданин РФ», «Вы зарегистрированы по месту жительства в Санкт-Петербурге», «У вас родился ребенок», «Вашему ребенку не более 1,5 лет».

Так для тестирования ЭС на государственных услугах (далее ГУ), были взяты несколько схожих услуг, касающихся рождения ребенка. Тогда при тестировании стало понятно, что использовать ЭС для идентификации ГУ невозможно. Поскольку ЭС однозначно определяет по критериям только один из объектов, а ситуация по ГУ такова, что по одним и тем же признакам заявитель может претендовать на несколько услуг одновременно.

Тогда в качестве объектов были взяты группы услуг. При тестировании ЭС на 4 услугах, экспертом было определено несколько вариантов групп услуг в зависимости от признаков.

Условные обозначения ГУ:

ГУ1 – Единовременное пособие при рождении ребенка.

ГУ2 – Единовременная компенсационная выплата женщинам, родившим в возрасте от 20 до 24 лет включительно первого ребенка в период с 1 января 2018 года.

ГУ3 – Ежемесячная выплата в связи с рождением (усыновлением) первого ребенка.

ГУ4 – Единовременная компенсационная выплата при рождении ребенка (Детская карта).

Признаки для распознавания:

- 1) Вы гражданин РФ?
- 2) Вы иностранный гражданин, но ваш супруг(а) - гражданин РФ?
- 3) Вы зарегистрированы по месту жительства в СПб?
- 4) У вас малообеспеченная семья и родился (усыновлен) первый ребенок?
- 5) Это ваш первый ребенок и родился он в возрасте от 20 до 24 лет включительно?

Так, в зависимости от комбинаций пяти признаков, были выделены следующие возможные группы услуг:

- 1) ГУ1
- 2) ГУ1+ГУ4
- 3) ГУ1+ГУ2+ГУ4
- 4) ГУ1+ГУ2+ГУ3+ГУ4

5) ГУ1+ГУ3

6) ГУ1+ГУ3+ГУ4

С большим трудом (количеством циклов обучения более 100) система была натренирована и успешно определяла (с большой долей вероятности) на какие группы услуг претендует заявитель по заданным критериям. Далее была создана версия ЭС, где, на первом уровне система определяет, есть или нет права у заявителя на пособия и выплаты, а на втором уровне, если право есть, - на какие услуги он претендует.

Несмотря, на то, что ЭС корректно определяет группы услуг по критериям, данная версия ее использования была отклонена по следующим причинам:

1. трудоемкость обучения ЭС на группы услуг при большом количестве ГУ;
2. высокая вероятность ошибок эксперта предметной области при обучении ЭС при большом количестве ГУ;
3. распознавание ГУ занимает большой объем процессорной памяти ПК, что замедляет поиск и работу устройств в целом.

Для минимизации описанных выше рисков было предложено использовать создавать ЭС для каждой ГУ отдельно. В таком случае ЭС по входящим признакам определяет, претендует ли заявитель на данную услугу или нет.

Таким образом, возникла необходимость в создании нескольких ЭС, признаки для которых могут как пересекаться, так и отличаться друг от друга.

Распознавание ГУ с помощью сети экспертных систем.

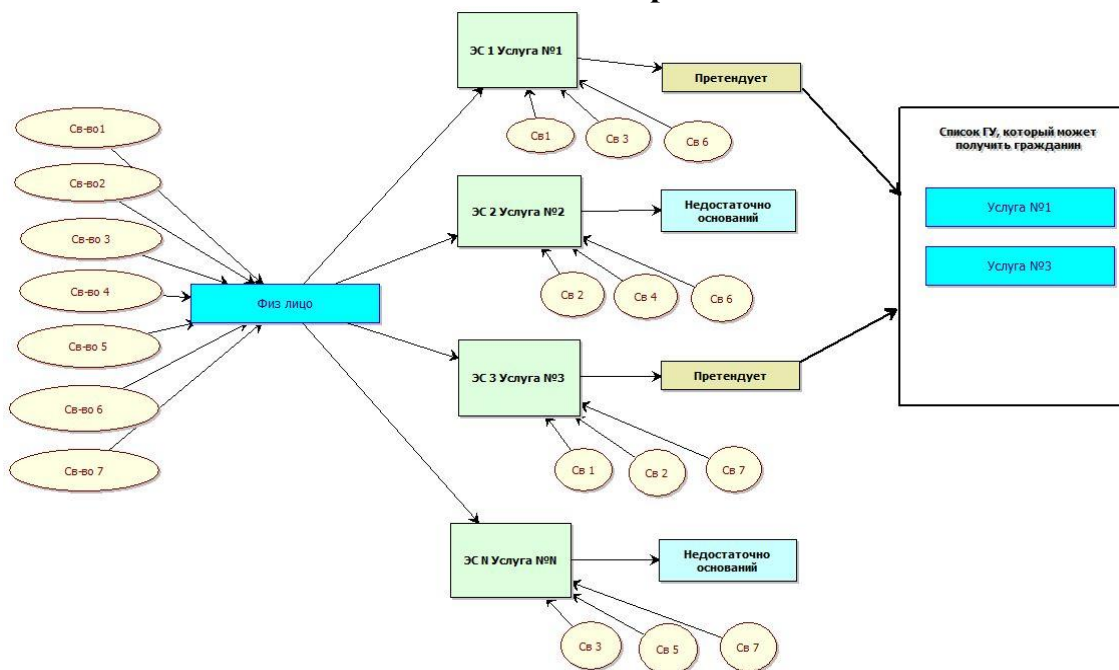


Рис. 1. Сеть экспертных систем.

На рис. 1 изображена возможная реализация проактивного предоставления ГУ с помощью сети ЭС. Источник сведений для проактивного представления услуг – цифровой профиль гражданина.

Цифровой профиль наполняется:

- данными, которые государству известны о гражданине (представителе бизнеса, далее – пользователь).

– данными об активности пользователя, о том, какие услуги он получал ранее, какими сервисами пользовался. Эти данные могут поступать из отраслевых систем и накапливаться в системе предоставления электронных государственных услуг.

Так, при заполнении личного профиля заявитель может иметь несколько свидетельств, документов, которые проверяются системой. Для определения списка услуг, на которые заявитель может претендовать, необходимо либо провести через сеть ЭС весь список свидетельств заявителя, либо определить конкретный перечень свидетельств для каждой ЭС. Далее ЭС определяет, претендует ли заявитель на данную услугу, и с помощью встроенного программного обеспечения формируется список ГУ по итогам проверки.

Принимать решение о предоставлении какой-либо услуги должно принимать ответственное лицо, так как заявитель может предоставить заведомо ложные или неполные сведения. Система может только рекомендовать услуги исходя из того, что данные заявителя достоверны.

Так, при подаче пакета документов через Единый портал заявителем специалист направляет запросы в органы и организации, для проверки предоставленных сведений, получает ответы и анализирует документы (информацию) на соответствие запросу.

При изменениях в законодательстве, вследствие которых появляются новые требования для получения услуг (новые признаки в ЭС), ЭС можно достаточно быстро переобучить, что является большим преимуществом. Для переобучения необходимо только знание предметной области. Перепрограммирование системы не требуется, что является несомненным преимуществом использования ЭС.

При дальнейшем развёртывании сети ЭС, возникли следующие трудности:

1) Для того, чтобы в систему поступали достоверные данные, они при заполнении профиля должны быть подтверждены соответствующими *документами*. То есть, заявитель характеризуется документами, справками и иными свидетельствами, в то время как система работает с *утверждениями*. Напрямую заменить в ЭС утверждения документами при тестировании не получилось.

2) Необходимые признаки для каждой ЭС могут поступать из разных источников: как напрямую из личного профиля заявителя, так и быть выходными данными из других ЭС, то есть, ЭС должна находиться в режиме ожидания до тех пор, пока к ней поступят все данные, и только после этого начинать распознавание ГУ.

3) Исходя из предыдущего пункта, если выходные данные одних ЭС могут служить входными данными для других ЭС, тогда необходим механизм распределения этих данных.

Таким образом, сама ЭС может работать только с распознаванием объектов по входным данным, она не определяет, какие данные ей нужны на входе и куда далее направляются результирующие данные. Поэтому механизм работы с данными с помощью ЭС принимает следующий вид как на рис. 2.

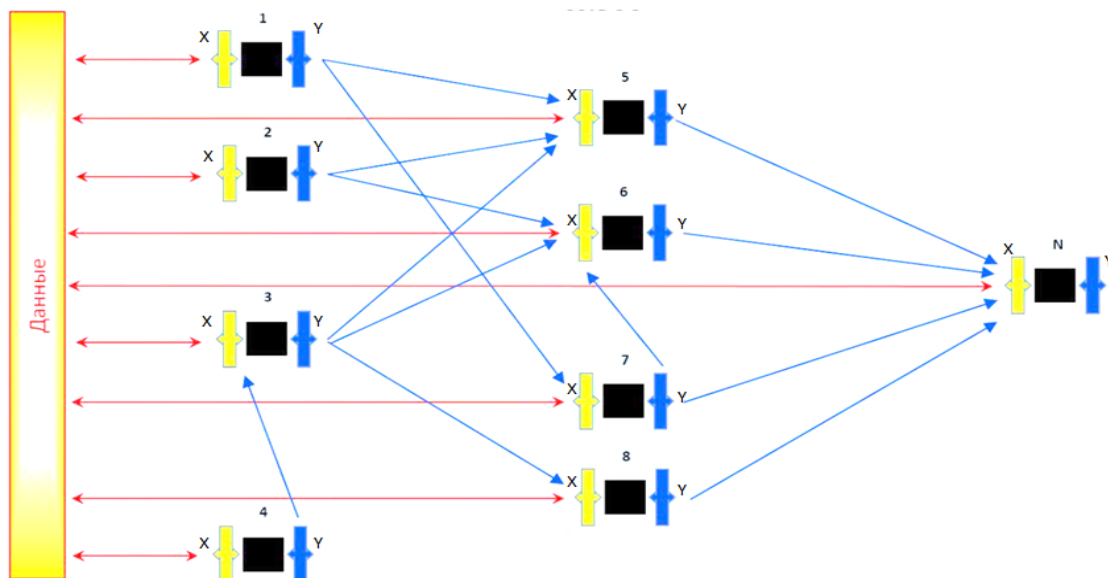


Рис. 2. Механизм обработки данных в сети ЭС.

На рис. 2. «черный ящик» представляет собой ЭС. Сеть может состоять их множества ЭС в количестве от 1 до N. Данные могут поступать как напрямую из профиля (стрелка к X), так и из других ЭС (стрелка от Y).

Поскольку ЭС работает только с утверждениями, элемент X – это транслятор, программная надстройка, которая определяет, какие данные необходимы ЭС и преобразует входные данные в утверждения, понятные системе.

Элемент Y – распределитель, в свою очередь определяет, куда далее должны быть направлены выходные данные из «черного ящика».

Выводы

В результате попытки реализации проактивного предоставления государственных услуг с помощью использования экспертных систем, была отвергнута идея об использовании одной многоуровневой ЭС для распознавания ГУ по причинам трудоемкости ее обучения, высокой вероятности возникновения ошибок эксперта предметной области, а также высокой загрузки процессорной памяти.

В настоящий момент принята и разрабатывается сеть одноуровневых экспертных систем со встроенными трансляторами и распределителями данных. При успешной реализации такой сети ЭС, она может быть использована в качестве «умного помощника» для рекомендации заявителю ГУ, на которые он претендует.

Литература:

1. Федеральный закон "Об организации предоставления государственных и муниципальных услуг" от 27.07.2010 N 210-ФЗ.
2. "Паспорт национального проекта "Национальная программа "Цифровая экономика Российской Федерации" (утв. президиумом Совета при Президенте РФ по стратегическому развитию и национальным проектам, протокол от 04.06.2019 N 7)
3. "Паспорт федерального проекта "Цифровое государственное управление" (утв. президиумом Правительственной комиссии по цифровому развитию, использованию информационных технологий для улучшения качества жизни и условий ведения предпринимательской деятельности, протокол от 28.05.2019 N 9).
4. Послание Президента Российской Федерации Федеральному Собранию Российской Федерации от 20.02.2019.

5. Galina S. Tibilova, Andrey V. Ovcharenko and Anastasiya V. Potapova. Proactivity and Subsidiarity as the Basic Principles of Digital Transformation of State Interaction with Citizens and Businesses. CPS&C'2019 Book of Papers, p. 601-610.
6. Волкова В. Н., Денисов А. А., Темников Ф. Е. методы формализованного представления систем: учебное пособие. Санкт-Петербург, Изд-во Политехнического университета (1993). (На русском языке).
7. Волкова В. Н., Денисов А. А. Основы теории систем и системного анализа: textbook.St. Петербург, Изд-во Политехнического университета (2005). (на русском языке.)
8. Денисов А. А. Введение в информационный анализ систем: текст лекций. Ленинград, Ленинградский Политехнический Институт (1988). (на русском языке.)
9. Денисов, А. Информационные базы управления. Ленинград, Энергоатомиздат, (1983). (на русском языке.)
10. Денисов, А. А. информация в системах управления: Учебное пособие. Ленинград, Ленинградский Политехнический Институт, (1980). (на русском языке.)
11. Шваб, К. Четвертая промышленная революция. Москва, Изд-во "Э". 2017. 208 с. (На русском языке).
12. Волкова В. Н., Денисов А. А. Теория систем и системный анализ: учебное пособие. [Теория систем и системный анализ: учебник]. Москва: Юрайт Публ., 462 С. (2017). (на русском языке.)
13. Денисов, А. А. Современные проблемы системного анализа: учебник [Современные проблемы системного анализа: учебник]. 3-е изд. Санкт-Петербург, Изд-во Политехнического университета, 304 С. (2008). (на русском языке.)
14. Волкова В. Н., Кудрявцева А. С. модели управления инновационной деятельностью промышленных предприятий. [Модель для управления инновационной деятельностью промышленного предприятия]. Открытый образовательный журнал [Открытое образование]. 22 (4), 64-73. (2018). Извлекается из: <https://doi.org/10.21686/1818-4243-2018-4-64-73>. (2018). (на русском языке.)

УДК 303.732.4, ББК 65.292

А.С. Кудрявцева
Arina Kudriavtceva, arinkin94@mail.ru

**Модели для выбора инновационных технологий при разработке
киберфизической системы предприятия
Models for the selection of innovative technologies in the enterprise cyber-physical
system development**

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

В данной статье рассмотрена структура киберфизической системы предприятия и предлагается метод анализа и выбора инфокоммуникационных технологий, участвующих в структуре киберфизической системы. Киберфизическая система объединяет индустриальные и инфокоммуникационные технологии, и именно поэтому могут возникнуть непредвиденные ситуации. Вследствие чего необходимо использовать методы для выбора технологий с учетом целей создания киберфизической системы. Для оценки инновационных инфокоммуникационных технологий для киберфизической системы предлагается использовать метод, основанный на информационных оценках А.А. Денисова. Данный метод по сравнению с существующими методами имеет ряд преимуществ, такие как возможность управления ходом внедрения инновации, возможность оценивать инновации с учетом их взаимного влияния.

Ключевые слова: инфокоммуникационные технологии, киберфизические системы, промышленное предприятие, цифровые технологии, информационные оценки А.А. Денисова, инновации

This article discusses the structure of the enterprise's cyber-physical system and proposes a method for analyzing and choosing the information and communication technologies involved in the cyber-physical system structure. The cyberphysical system combines industrial and infocommunication technologies, and that is why unforeseen situations can arise. As a result, it is necessary to use methods to select technologies, taking into account the goals of creating a cyber-physical system. To evaluate innovative infocommunication technologies for the cyberphysical system, it is proposed to use a method based on informational assessments of A. A. Denisov. This method in comparison with existing methods has several advantages, such as the ability to control the implementation of innovations, the ability to evaluate innovations taking into account their mutual influence.

Keywords: Infocommunication technologies, cyberphysical systems, industrial enterprise, digital technologies, informational assessments of A.A. Denisov, innovation

Введение

Мы живем в период третьей промышленной революции, которую еще называют цифровой. Третья промышленная революция характеризуется повсеместным использованием коммуникационных технологий и вычислительной техники в производстве. Также мы находимся на пороге четвертой промышленной революции, ключевым понятием которой становится «киберфизическая система» [1]. Четвертая промышленная революция, которую так же называют Индустрией 4.0, характеризуется синтезом новейших технологий (от расшифровки информации, записанной в человеческих генах до нанотехнологий, от возобновляемых энергоресурсов до квантовых вычислений) и их взаимодействие в физических, цифровых и биологических системах [2].

В настоящее время на предприятиях повышается сложность автоматизации процессов, в следствие чего возникает необходимость в распределенных автоматизированных системах, необходимых для работы в условиях ограничения управления в режиме реального времени и связи в процессах производства. Киберфизические системы подразумевают полностью синергетическую интеграцию вычислений и управления с физическими устройствами и процессами. Поскольку киберфизические системы помогают объединить автоматизированное управление технологическими процессами и автоматизированное управление производством и предприятием в целом, внедрение инфокоммуникационных технологий участвует в создании управляемой системы, от заказа до реализации. Базисом киберфизической системы является внедрение цифровых технологий, так как все инновации обеспечиваются и совершенствуются за счёт вычислительной мощности и аналитики данных. Составляющей частью цифровых технологий являются инфокоммуникационные технологии, которые являются интеграцией информационных и телекоммуникационных технологий, включая их конвергенцию с медиа технологиями.

Информационные оценки А.А. Денисова

Для получения и обработки экспертных оценок предлагаемых инновационных технологий предлагается использовать информационные оценки А.А. Денисова.

В основу информационных оценок положены 3 модели.

Модели 1-ого вида

Применение информационных моделей 1-го вида основано на оценке степени влияния технологии на реализацию целей предприятия в анализируемый период развития. В соответствии с информационным подходом для оценки каждой технологии вводятся оценки степени целесоответствия p' (т.е. вероятности достижения цели) и вероятности использования q , и вычисляется потенциал (значимость) технологии [3]:

$$H = -\sum_{i=1}^n q_i \log(1-p')$$

Модели 2-ого вида

Информационные модели 2-го вида основаны на сравнительном анализе сложных систем в течение определенного начального периода их проектирования (внедрения, развития) путем сопоставления изменения информационных оценок во времени. В модели используется два способа измерения H_i :

1) Через вероятность p_i ;

2) Посредством детерминированных характеристик воспринимаемой информации:

• В статике в какой-то определенный момент внедрения инновации (принимая среднеарифметическое усреднение):

$$H_i = J_i/n_i;$$

• С учетом процесса внедрения инновации и его динамики

Модели 3-ого вида

Модели 3-ого вида описывают оценку ситуаций, описываемых информационными уравнениями с учетом взаимного влияния технологий:

$$H_1 = f(H_{11}, H_{12}, H_{13});$$

$$H_2 = f(H_{21}, H_{22}, H_{23});$$

$$H_3 = f(H_{31}, H_{32}, H_{33}),$$

где H_1, H_2, H_3, \dots – значимость (сущность) 1-й, 2-й, 3-й и т.д. технологии; $H_{11}, H_{22}, H_{33}, \dots, H_{ii}, \dots$ – собственная значимость технологий при отсутствии других технологий, влияющих на его ценность; $H_{12}, H_{13}, H_{21}, \dots, H_{ij}, \dots$ – изменение ценности i – й технологии при наличии на рынке j – й нововведения [4].

Результаты полученных оценок рекомендуется представлять в виде гистограмм для дальнейшей обработки.

Главным достоинством информационного подхода является возможность последовательной оценки степени целесоответствия анализируемых составляющих, т.е. оценка влияния составляющих нижележащих уровней стратифицированной модели (инновации) на вышестоящий (цели и функции киберфизической системы) [5]. Более того, возможность сочетать вероятностные оценки с количественными детерминированными характеристиками способствует повышению объективности и достоверности оценок, и, кроме того, позволяет на основе изменения измеряемых детерминированных параметров получать динамику изменения степени влияния подцелей, факторов, средств на реализацию целей промышленного предприятия. Применить традиционные экспертные оценки, основанные на организации коллективной экспертизы и усреднении мнений экспертов, невозможно. Такое применение может приводить к одному из недостатков коллективных оценок, которые нивелируют узкосубъективные черты оценок, но усиливают коллективно субъективные [6].

Заключение

В данной статье рассмотрен анализ инфокоммуникационных технологий для усовершенствования киберфизической системы предприятия. Обосновано использование информационных оценок А.А. Денисова для оценки инноваций, которые имеют ряд преимуществ, таких как получение оценок от единичных

экспертов, удобство обработки результатов. Более того, на основе изменения измеряемых детерминированных параметров возможно получать динамику изменения степени влияния новых технологий на реализацию целей предприятия.

Литература:

1. Vyatkin V., “IEC 61499 as enabler of distributed and intelligent automation: State-of-the-art review”, IEEE Transaction on Industrial Informatics, vol. 7, no. 4, pp. 768–781, Nov. 2011
2. Lee E.A. and Seshia S.A., “Introduction to Embedded Systems, Cyber-Physical Systems Approach”, 2011.
4. Денисов, А. А. Современные проблемы системного анализа: учебник /А. А. Денисов. — 3-е изд. — СПб. : Изд-во Политехнического университета, 2008. — 291 – 293 с.
5. Волкова В.Н., Логинова А.В., Яковлева Е.А. Модели управления инновационной деятельностью предприятий и организаций. СПб.: Издательство Политехнического университета, 2014. 246 с
6. Волкова В.Н., Денисов А.А. Методы организации сложных экспертиз. СПб.: Издательство Политехнического университета Санкт-Петербург, 2010. 128 с.
7. Развитие информационных технологий и их эмерджентность в концепции киберфизической системы / В.Н. Волкова, А.Е. Леонова, А.В. Логинова, Ю.Ю. Черный // Прикладная информатика. 2019.

УДК 004.657, ББК 32.973

А.А. Аверина, С.А. Нестеров
Anastasiia Averina, Sergey Nesterov
averina.a@edu.spbstu.ru, nesterov@spbstu.ru

Оценка эффективности использования темпоральных таблиц в SQL Server Assessment of the effectiveness of using temporal tables in SQL Server

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

В работе оценивается эффективность применения темпоральных расширений СУБД SQL SERVER в транзакционных и аналитических базах данных. Рассматривается возможность применения темпоральной базы данных для хранения и анализа информации, на примере набора данных Открытого университета (Великобритания), содержащего информацию о действиях слушателей онлайн-курсов. Результаты экспериментов показывают значительные преимущества использования темпоральных баз данных при выполнении ряда запросов к данным и решении определенных задач интеллектуального анализа.

Ключевые слова: темпоральные базы данных, SQL Server, системно-версионные таблицы, интеллектуальный анализ данных, классификация

This paper describes the impact of using SQL Server temporal tables in transactional and analytic databases. For our experiments we used Open University Learning Analytics Dataset (OULAD), which contains data about courses, students and their interactions with Virtual Learning Environment. The results of our experiments show significant advantages of temporal databases in comparison with non-temporal relational ones in executing some types of queries as well as in solving data mining problems using SQL Server analysis services.

Keywords: temporal databases, SQL Server, system-versioned tables, data mining, classification

Темпоральная СУБД – это любая СУБД, в основу которой положена модель данных, ориентированная на хранение темпоральных данных, связанных с определенными датами или промежутками времени [1,2]. В связи с тем, что темпоральные СУБД хранят всю историю изменений данных, а также тем фактом, что любому объекту может быть сопоставлена временная метка, обработка результатов таких изменений может быть весьма показательной в задачах интеллектуального анализа данных (ИАД).

В работе используется обезличенный набор данных Открытого университета (Open University Learning Analytics Dataset) [3]. Набор содержит информацию о курсах,

слушателях курсов и их работе с материалами в среде дистанционного обучения. В связи с изменениями, происходящими с подобными данными (передача студентом заданий на курсе, модификация элементов курса и т.д.), добавление темпоральных атрибутов к объектам базы может представляться обоснованным.

Данные указанного набора, опубликованного в виде текста с разделителями (*.csv), были загружены в базу данных СУБД SQL Server. В эту СУБД, начиная с версии SQL Server 2016, была добавлена поддержка системно-версионных темпоральных таблиц. База состоит из 6 нетемпоральных и одной темпоральной таблицы с сопоставленной ей таблицей журнала. Таблица courses содержит данные о доступных курсах (22 строки данных), assessments – данные о контрольных заданиях в каждом модуле (206 строк), vle – о доступных материалах системы дистанционного обучения (6364 строки), studentInfo – персональные данные слушателей курсов (25247), а studentRegistration – данные об их регистрации на курс (25247). Таблица STUDENTASSESSMENT содержит записи о выполняемых студентом заданиях и тестах (включая финальный экзамен). Она может быть расширена до темпоральной таблицы с таблицей журнала, хранящей историю всех предыдущих попыток сдачи заданий участниками курса. Преобразование осуществляется добавлением определения PERIOD и указанием имени для таблицы журнала (в нашей базе это STUDENTASSESSMENTJOURNAL), которая будет создана SQL Server в инструкции SYSTEM_VERSIONING = ON [4]. Используемая в экспериментах темпоральная таблица содержит 21667 записей, таблица журнала – 75899 записей.

Эффект от применения темпоральных таблиц для описанной базы данных можно оценить на основе обращения к представлению, которое извлекает произвольные данные из связанных темпоральных и нетемпоральных таблиц. Ниже приведен код на языке Transact-SQL, создающий указанное представление и выполняющий запрос к нему.

```
CREATE VIEW vw_StudentProgress AS
SELECT StudentID, Code_module, Code_presentation, Assessment_type, Score,
SysStartTime, SysEndTime
FROM STUDENTASSESSMENT AS SA JOIN ASSESSMENTS AS A
ON SA.AssessmentID=A.AssessmentID;
DECLARE @time datetime2;
SET @time=(SELECT GETDATE());
SELECT * FROM vw_StudentProgress
FOR SYSTEM_TIME BETWEEN '2019-03-08 00:00:00.0000000' AND @time
WHERE StudentID = 525877;
```

Инструкция FOR SYSTEM_TIME применяется только к темпоральной таблице. План выполнения запроса для приведенного выше выражения SELECT показывает, что вся обработка темпоральных данных осуществляется ядром СУБД. Из статистики выполнения запроса можно сделать вывод, что SQL Server просмотрит данные исходной таблицы STUDENTASSESSMENT при помощи 127 логических чтений и таблицы ASSESSMENTS – при помощи 5 чтений. Microsoft SQL Server использует

страничную схему хранения данных, поэтому под логическим чтением подразумевается чтение страниц данных. Время выполнения запроса – 0,01 секунды.

При отключении функции использования системно-версионных таблиц, бывшая темпоральная таблица и таблица журнала становятся нетемпоральными, а все данные в них сохраняются. План выполнения аналогичного запроса для представления, объединяющего строки полученных реляционных таблиц, показывает большой расход памяти и усложнение операции выбора строк из представления. При этом SQL Server просмотрит данные таблицы STUDENTASSESSMENT при помощи 127 логических чтений, таблицы ASSESSMENTS – при помощи 20 чтений и данные бывшей таблицы журнала STUDENTASSESSMENTJOURNAL – за 13 логических чтений. Время выполнения запроса – 6 секунд.

Следовательно, для выполнения запроса к нетемпоральным таблицам потребовалось около 160 логических чтений из трех таблиц и 6 секунд на выполнение, а при наличии темпоральной составляющей – 132 чтения из двух таблиц и 0.01 секунды. Для нашего случая это не критично, однако в высоконагруженных системах подобные задержки могут быть просто недопустимыми.

Далее нами решалась задача предсказания результата выполнения финального экзамена произвольным участником курса по итогам его завершения. Для этого создавалось представление vw_StudentPredict, выбирающее из исходных таблиц данные о каждом участнике курса (идентификатор, уровень образования, пол, регион проживания, возрастная и социальная группа) и данные о прохождении курса (результат финального экзамена, коды модуля и набора курса, вид теста и его актуальный результат, а также количество попыток прохождения каждого испытания). По имеющимся данным строятся прогнозирующие модели с использованием алгоритмов, предоставляемых аналитическими службами SQL Server – Microsoft Naive Bayes, Microsoft Decision Trees, Microsoft Neural Network. Предсказываемый атрибут – FinalResult (результат прохождения курса) – может принимать значения из множества: {Fail (провал), Pass (успех), Withdrawn (отказ от участия), Distinction (окончен со знаком отличия)}.

Диаграмма точности прогнозов для целевого значения «Pass» (рис. 1), построенная с использованием 30% данных, не задействованных при обучении, иллюстрирует оценку точности моделей. Верхняя красная ломаная линия соответствует идеальной модели. Модели на основе алгоритмов Microsoft Naive Bayes (желтая линия на графике, частично совпадающая с зеленой) и Microsoft Neural Network (зеленая линия) показали 82 % точности предсказания, в то время как модель на основе Microsoft Decision Trees (фиолетовая линия, нижняя на графике) дает лишь 73 % точности.

Прогнозирующие модели, базирующиеся на алгоритмах Microsoft Naive Bayes и Microsoft Neural Network, также позволяют узнать, в какой мере значения одних атрибутов влияют на другие. Диаграмма «сети зависимостей» показывает, что на изменение значения целевого атрибута в большей степени влияют входные атрибуты AttemptNumber и результат каждого испытания – Score. AttemptNumber является

отражением темпоральной составляющей модели, что позволяет сделать вывод, что его отсутствие (то есть отсутствие темпоральной составляющей в базе), привело бы к получению менее информативных результатов.

Среди моделей, построенных на основе аналогичной реляционной базы данных без темпоральной таблицы (атрибут AttemptNumber во входных данных отсутствует, атрибут Score хранит все множество значений в одной таблице), самая высокая точность прогноза составляет лишь в 65 %. Кроме того, хранение всего множества значений результатов (Score) в одной реляционной таблице увеличивает предобработку данных в 2,5 раза, а сама обработка становится более ресурсоемкой. На использовавшемся для экспериментов компьютере время полной обработки трех моделей, построенных на основе данных из нетемпоральной базы, составляет в среднем 320 - 330 секунд, в противовес 200 - 210 секундам на полную обработку трех моделей при использовании темпоральной таблицы.

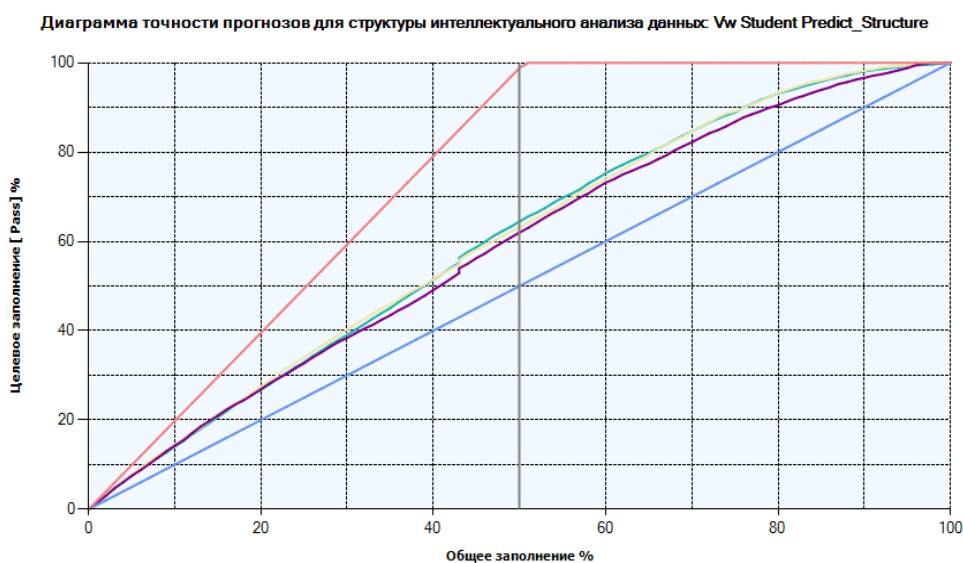


Рисунок 1 - Диаграмма точности прогнозов для целевого значения «Pass».

По результатам проведенного исследования можно сделать следующие выводы:

1. Использование темпоральных системно-версионных таблиц сокращает временные затраты на обработку данных и количество операций ввода/вывода в запросах на выборку.
2. В ряде случаев использование темпоральных таблиц в SQL Server позволяет более эффективно решать задачи интеллектуального анализа данных средствами аналитических служб SQL Server.

Литература:

1. Костенко Б. Б., Кузнецов С. Д. История и актуальные проблемы темпоральных баз данных // Труды ИСП РАН. 2007. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/istoriya-i-aktualnye-problemy-temporalnyh-baz-dannyh> (дата обращения: 18.10.2019).
2. A. Steiner. A Generalisation Approach to Temporal Data Models and their Implementations. 1998. URL: <http://www.timeconsult.com/Publications/PHD-thesis.pdf> (дата обращения: 15.10.2019).
3. Open University Learning Analytics dataset. https://analyse.kmi.open.ac.uk/open_dataset (дата обращения: 07.04.2019).
4. Темпоральные таблицы. URL: <https://docs.microsoft.com/ru-ru/sql/relational-databases/tables/temporal-tables?view=sql-server-2017> (дата обращения: 18.10.2019).

Bad data and organizational performance**Недостоверные данные и их влияние на функционирование организации**

*Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого
Peter the Great Saint-Petersburg Polytechnic University*

В настоящее время организации все чаще используют Big Data для выявления характеристик целевой аудитории своих товаров и услуг, а также для предсказания будущих потребностей потребителей. Качественные данные нужны организации для достижения конкурентного преимущества – они требуются для проведения исследований, для измерения и повышения эффективности функционирования организации и т.д. Если данные не достоверны, возрастает вероятность того, что все процессы в организации окажутся в зоне риска, что может привести к огромным потерям. Цель данной статьи – выявить причины возникновения «плохих» данных и предложить способы корректировки и предотвращения их опасного влияния на функционирование компании.

Ключевые слова: недостоверные данные, организация, достоверные данные, технология, интернет вещей, искусственный интеллект

The current business environment has shown an increase in the use of Big Data for organizations to better understand their target audience or even in anticipating future customer needs and wants. In order to do this, an organization requires good quality data. Hence, if data is provided incorrectly, it is probable that the entire organization might be prone to a hazard operating environment. The goal of the article is to bring to light some of the causes of bad data in an organization and layout possible remedies that can be applied by companies to correct and reduce the cancerous epidemic that can cause huge losses.

Keywords: Bad data, Organization, Quality Data, Technology, Internet of Things, Artificial Intelligence, Big Data.

It is of paramount importance that firms should make certain decisions that will influence marketing process, operations, financials, supply chain etc., for their goals to be met. Various factors, (both macro and micro) have to be gathered, filtered and analyzed to better come up with a tangible result. Accurate data, being one of the sub factors, is of high importance and critical to harness from trusted sources. Data furnish operational, tactical, and strategic decisions for an organization to succeed, [1]. That is, first line managers use data to make day to day decisions regarding operations, for example when there is something to be optimized. Functional managers utilize data to ascertain the correct Marketing mix, risk appetite, best investment strategy, strategic asset allocation etc. Top management perform their duties, which are mainly to planning, organizing, leading and controlling by first analyzing data from within and outside the organization boundaries, [2]. That is, data is one of the top driving forces for an organization to adequately and strategically make sustainable decisions.

However, like in Computer Science and other related fields, the phrase garbage in, garbage out (GIGO) has many implications to an organization's decision making process, [3]. Very often, some organizations inappropriately treat data as a by-product instead of a product, [4], and do not effectively manage it as a corporate asset, [5]. Bad data is defined as, any information that can be erroneous, misleading, and without general formatting, [6].

Though the causes of bad data may not be limited from those mentioned in Figure 1 above, these were considered to be at the center of most organizations.

In a research done by Redman, he alluded that, the reason for bad data to be costly stems from the fact that decision makers, managers, knowledge workers, data scientists and others accommodate it in their everyday work and as a result spoils all the actions even before processing begun [7].

In order to eradicate (monitor) bad data epidemic, so as to avoid losses caused by the later, and achieve organizational objectives, mechanisms can be put in place so that data can be made more reliable.



Figure 1: main causes of bad data in organizations [6]

In a presentation by Platon Inc., they showed the dimension within which data quality exist in, as shown in Table 1 below. These dimensions could be used as KPIs by organizations from different sectors of the economy, to that extend, all stakeholders could have reliable and trusted sources of data.

Table 1: The dimensions of data quality [8]

Dimension	Requirement to data
Completeness	All the required data must be present in the organization for any decision to be made.
Validity	All the data values must be within a valid domain in the correct field.
Timeliness	Data values should be stored in correct place so that they are always available in times of need.
Accuracy	The data should represent the real world and also from trusted sources.
Consistency	Data elements should synchronize correctly across the domain.
Integrity	Business rules with regards to data should always be met.

With regards to monitoring the data within an organization, they went on further to mention three key points that should be followed by companies: trends in data quality should

always be monitored, data quality should be analyzed before it impacts critical business processes or units, and key areas where improvements are needed should always be on the spot-light, [8]. Data re-engineering and cleansing was defined as an ongoing process done to improve to the data products. It corrects existing data that is defective in a view to bring to some level of quality, [9].

Management information systems (MIS), although being a vital component to top management for providing information regarding their performance and other levels of management, it should be assessed by internal audit on a regular interval. This may require whistleblowers if there is any kind of data manipulation by management in trying to align planned goals from actual results obtained. Internal audit should as well continuously review specific efforts to rectify IT infrastructure for any loopholes and align them to standards recommended by supervisory entities, [10].

According to GARP, organizations should implement robust risk data infrastructure and appoint data administrator and a data owner with responsibility and accountability for data accuracy, integrity and availability. Data administrator oversees all aspects to deal with business database, that is, the design, implementation, back-up and support initiatives. Data owners align the interest of the organization's accuracy and timely information with need for accountability, [10]. However, this may differ from one organization to another, as the level of operation and size has a greater impact on the number of employees and nature of data requirements for operations. In a research by Information Builders, it was argued that, the IT department should not solely take control or charge of all the data issues in an organization, however, users and different departmental executives should be involved in every aspect regarding data, [11].

Data silos are already being replaced by cloud backups in a bid to improve data integrity and consistency, [12]. Hence large organization should not take chances as technology is growing at an exponential rate.

According to a report by Gartner, most business processes have become automated and data quality is the remaining factor to be maintained or monitored especially when gathered for decision making purposes, [13]. Although technology has played a key role in improving data quality and work processes, personalities of employees is still of great concern. The ability to automate data flow and reduce the amount of manual intervention necessary to compile critical information can allow risk data to be aggregated quickly, [10]. This increases the timeliness within which data disseminates from one department to another for decisions to be made.

The idea of having systems that magically imitate or perform any intellectual task that a human being can do or learn, process and give results has been put forward by Gartner's future trends report. Thus, organization's applications and software's can be fused by Artificial Intelligence and machine learning to interact more intelligently with the surroundings, [14]. Organizations can have systems that quarries the user if there is any outlier, missing and incomplete, or duplicate information.

The continuous growth in technology through inter-connectedness of systems and applications will result in a quantum leap in our organization's ability to accomplish its goals. Data veracity is important to organizations and hence firms must now migrate to the use of Internet of Things, Artificial intelligence, and machine learn to curb issues to do with bad data. In this paper we strongly recommend organizations to put in place goals or KPI's that will assist all stakeholders to provide complete, accurate, consistent, valid and timely data. As data is the lifeblood of the current and future digital economy, one of the trends for further research is on the implication of using incorrect data for intelligent systems, as technologies (i.e. AI is said to be as good as the data that trained it [15]) may lead to abnormal losses.

REFERENCES:

1. Levitin, A. a. (1998). 'Data as a resource: properties, implications and precription'. *Sloan Management Review*, (pg 89-101).
2. Fuyol, H. (1930). *Industrial and General Administration*. Paris: Sir I. Pitman & Sons Ltd.
3. Babbage, C. (1957), November 10). *Wikipedia*. Retrieved from Wikimedia Foundation Inc: https://en.wikipedia.org/wiki/Garbage_in,_garbage_out
4. Wangu, R. Y. (1998). Manage your information as a product. *Journal of Decision System*, (pg 95-105).
5. Eckerson, W. (2011). Creating enterprise data strategy: Managing data as a corporate asset. *vendor sponsored report*, (pg 1-39).
6. Vasudev, M. (2015, February 21). *business2community*. Retrieved from business2community web site: <https://www.business2community.com/big-data/bad-data-side-effects-01164045>
7. Redman, T. C. (2016, September 22). *Bad data Costs the U.S \$3 Trillion Per year*. USA: Harvard Business Review.
8. Ravn, T. (2010). *Monitor the Quality of your Master Data*. San Francisco: Platon US Inc. (pg 18-20)
9. Lin, C. S. (2008, July 30). Building a Framework for Improving Data Quality in Engineering Asset management. Australia: University of South Australia.
10. GARP, G. A. (2016). Operational and integrated Risk Management. In D. R. Staulz, R. Apostolik, R. Brandt, & D. C. al, *Financial Risk Management* (pp. 45-49). New York: Pearson.
11. Adams, B. (2017, May 03). How to Fix Bad Data. New York, United States of America. <https://www.informationbuilders.com/blog/beth-adams/how-fix-bad-data>
12. Rouse, M., & Fredsall, A. (2015, July 20). *TechTarget*. Retrieved from Search Cloud Application: <https://searchcloudapplications.techtarget.com/definition/data-silo>.
13. Gartner. (2011). *Measuring the Business Value of Data Quality*. Stanford : Gartner, Inc.
14. Gartner. (2017, October 3). *Gartner Top 10 Strategic Technology Trends for 2018*. Retrieved from Smarter with Gartner: <http://www.gartner.com/smarterwithgartner/gartner-top-10-strategic-technology-trends-for-2018>
15. Accenture. (2018). Data veracity The Importance of Trust, Trend 3: Digital health technology vision 2018 (pg. 1-5)

УДК 378.1, ББК 60.84

А.Е. Карлик, В.В. Платонов, Е.А. Яковлева
Aleksandr Karlik, Vladimir Platonov, Elena Iakovleva
karlik1@mail.ru, vladimir.platonov@gmail.com, helen7199@gmail.com

Системный анализ создания виртуальных форм организации в высшей школе Actual shifts in the virtual organization of higher education

*Санкт-Петербургский государственный экономический университет
St. Petersburg State University of Economics*

Виртуальные формы организации образовательной деятельности в информационно-сетевой экономике позволяют комбинировать потенциал нескольких вузов региона и обеспечивать взаимодействие участников из удаленных регионов с федеральным центром при минимальных затратах. Комбинирование ресурсов ряда вузов позволяет количественно повысить степень использования потенциала высшей школы, отладить многоканальные механизмы прямой и непрямой коммуникации в образовательной среде и обеспечить решение проблемы методического обеспечения

виртуальных образовательных систем. В данном исследовании образование рассматривается как форма нематериального производства, а процесс использования потенциала высшей школы представляет собой информационно-интенсивную, когнитивную деятельность. Поэтому следует ожидать, что применение виртуальных форм организации окажется весьма эффективным. Но не менее важно то, что использование взаимодополняющих ресурсов высшей школы позволяет получить синергетический эффект, дополнительно повышая эффективность использования вузовского потенциала для реализации задач федерально-региональной политики в науке и образовании, обеспечить непрямую коммуникацию для координации процессов опережающей подготовки кадров в промышленности. В результате в статье предложен концептуальный подход к формированию системы виртуального консорциума как перспективной формой взаимодействия образовательных систем, разработаны принципы его работы и проанализированы формы реализации, представлены отличия виртуального университета от дистанционного обучения.

Ключевые слова: системный анализ, информационное общество, коммуникации, цифровизация, образование, нематериальное производство)

Virtual forms of interactions within educational activities in the information society make it possible to combine the resources of different organizations and support the communications between universities from remote regions with the federal center at minimal cost. Combining resources of a number of universities makes it possible to fully employ the capacity of higher education sector, to debug multichannel mechanisms of direct and indirect communication in the educational environment, and to meet the challenge of the methodological support of the new forms of education. In this study, the education is considered as a form of intangible production, the employment of the resources of higher education sector in an information-intensive, cognitive activities. It is significant that the involvement of the complementary resources of higher education brings about a number of synergies, while optimizing resource-use, providing communications that are important for coordination the advanced training in business sector. The article proposes a conceptual approach to the development of a virtual consortium system as a new form of communications in higher-education sector, analyzes the forms of its implementation are, and emphasize the differences between a virtual and distance learning

Keywords: system analysis, information society, communications, digitalization, new management methods, education-industry partnership.

Введение

Виртуальные формы организации учебного процесса позволяют комбинировать потенциал нескольких вузов региона и обеспечивать взаимодействие участников из удаленных регионов с федеральным центром при минимальных затратах. Комбинирование ресурсов ряда вузов позволяет количественно повысить степень использования потенциала высшей школы. Но не менее важно то, что использование взаимодополняющих ресурсов высшей школы позволяет получить синергетический эффект, дополнительно повышая эффективность использования вузовского потенциала для реализации задач федерально-региональной политики в науке и образовании.

В статье рассматриваются следующие вопросы: системный анализ процесса формирования виртуальных форм обучения путем декомпозиции системы виртуального обучения на ее компоненты с определением организационных подходов и методических решений, а также выделения свойств, возникающих при объединении виртуальных форм образования в систему виртуального университета; структуризация проблемы внедрения и адаптации новых форм организации на основе современных коммуникативных технологий; организационные инновации как методы управления потенциалом высшей школы; систематизация факторов выбора виртуальных форм организации использования потенциала высшей школы; выбор критериев эффективности виртуального взаимодействия в образовательном процессе;

многообразии коммуникативных технологий как ограничение и катализатор развития виртуальных форм взаимодействия; определение принципов работы и формализация элементов системы виртуального консорциума как перспективной формой взаимодействия образовательных систем.

При применении виртуальных форм организации удаленное взаимодействие на основе информационно-коммуникативных технологий заменяет взаимодействие участников учебного, инновационного, хозяйственного или какого-нибудь иного процесса лицом к лицу. Непосредственное взаимодействие оказывается опосредовано через электронную сеть, но так, что оно во многом сохраняет эффективность взаимодействия лицом к лицу. Следует отметить, что виртуальные формы не обязательно применяются в чистом виде. На практике они могут в той или иной степени быть смешанными формами, т.е. предусматривать виртуальное взаимодействие участников процесса и взаимодействие лицом к лицу. Особенно важно подчеркнуть, что эффективность взаимодействия варьируется в зависимости от области применения виртуальных форм организации и социально-экономического контекста.

Международный опыт показывает [1, 2], что наиболее эффективны виртуальные формы организации в информационно-интенсивных областях деятельности, это же положение отражается в работах отечественных авторов при анализе эволюции принципов проектирования и взаимодействия в образовательной среде при применении виртуальных технологий [3, 4]. Данный феномен можно объяснить тем, что действенность обмена информацией и создания новой информации (основы инноваций) при виртуальном взаимодействии часто выше, чем при личном контакте. Процесс использования потенциала высшей школы представляет собой типичную информационно-интенсивную, когнитивную деятельность. Поэтому следует ожидать, что применение к ней виртуальных форм организации окажется весьма эффективным.

Как показывает аналитические обзоры исследуемой темы, российские авторы имеют ряд критических предложений в этой сфере, которые касаются актуальных вопросов экономики и управления [5, 6], виртуализации процессов образования [7, 8], применения киберсервисов образовании [9], их системного проектирования [10] с учетом когнитивного подхода [11, 12, 13, 14]. Однако авторы не указывают на обстоятельства стратегического характера, то как импликация данного подхода может быть осуществлена в систему стратегического планирования промышленной политики и программу опережающей подготовки кадров, развития человеческих ресурсов.

Методы и подходы к организации использования потенциала высшей школы

Виртуальные формы организации использования потенциала высшей школы представляют собой существенную организационную инновацию, которая открывает новые возможности при использовании вузовского потенциала для реализации федерально-региональной политики, но именно из-за инновационного характера требуют серьезной разработки и обоснования, методически подходы к которому разрабатываются ниже. Надо не повторить две принципиальные ошибки, в прошлом

часто приводившие к дискредитации новых форм организации [15, 16, 17]. Эти ошибки были объективно обусловлены следующими проблемами, свойственными процессу внедрения новых форм организации.

Первая проблема. Невозможность обоснования новых форм организации без выделения важнейших факторов, обуславливающих их преимущества перед существующими формами, но, что не менее важно, ограничения на их использование. Ограничения связаны как с попытками использовать новую форму для решения тех задач, для которой она не предназначена, так и с ограничениями, связанными с тем, что в ряде областей потенциального применения новых форм, старые формы имеют сравнительное преимущество. Поэтому мы считаем принципиально важным рассмотреть указанную проблему обоснования выбора виртуальных форм. Конкретизация указанных факторов и, тем самым, создание методической основы для экономического обоснования составляет *первую предпосылку* успешного внедрения виртуальных форм организации использования потенциала высшей школы.

Вторая проблема состоит в четкой спецификации ключевых элементов системы виртуальной формы организации применительно к вузовскому сектору на региональном уровне. Таким механизмом, является механизм виртуального консорциума. Разработка и обоснование схемы реализации подобной системы составляет *вторую предпосылку* успешного внедрения виртуальных форм организации использования потенциала высшей школы.

Третья проблема состоит в создании интеллектуальных систем поддержки управленческих решений [18], без которых невозможно реализовать преимущество виртуальной формы организации.

Ниже рассмотрены важнейшие факторы выбора виртуальных форм организации использования потенциала высшей школы для задачи реализации федерально-региональной политики. Преимущество виртуальных структур при организации инновационной деятельности высшей школы заключается в том, что они требуют минимальных затрат, связанных с территориальным фактором организации инновационного и учебного процесса. Вместе с тем существуют другие важные организационно-экономические факторы, которые обуславливают большую эффективность альтернативных форм организации использования потенциала высшей школы в интересах реализации федерально-региональной политики в науке и образовании. По этой причине представляется крайне важным выделить ***факторы, обуславливающие преимущества виртуальных структур в территориальном плане.***

Снижение затрат, связанных с перемещением персонала. Обеспечение удаленной коммуникации между участниками процесса, как на уровне организаций, так и на уровне рядовых исполнителей. Следует отметить, что по сравнению с традиционными формами удаленных коммуникаций (телефон, факс), виртуальные формы обеспечивают принципиально более высокую действенность взаимодействия, имеющую свои плюсы и минусы по сравнению с взаимодействием лицом к лицу, но в целом по эффективности взаимодействия сопоставимую с непосредственным

контактом. Особенно существенным фактор нивелирования расстояний в информационно-интенсивной деятельности становится при взаимодействии в рамках крупных регионов, таких как Северо-Западный федеральный округ. Например, расстояние по железной дороге от Архангельска до Санкт-Петербурга больше, чем от Архангельска до Москвы. В этом случае прямые и косвенные затраты, связанные с перемещением, могут бы блокировать возможность комбинирования ресурсов вузов региона. Виртуальные формы не чувствительны к величине расстояний, из-за чего в таких случаях способны значительно повысить степень использования потенциала высшей школы. Свойство виртуальных форм нивелировать расстояние становится еще более важным фактором снижения издержек, когда они применяются для осуществления программ имеющих федеральную компоненту. Поэтому есть все основания полагать, что они способны минимизировать затраты не только повышая степень использования потенциала высшей школы, но и обеспечивая взаимодействию центра и удаленных регионов при реализации федерально-региональной политики в науке и образовании.

Снижение потребности в производственных площадях. Виртуальные организационные формы, в отличии от других, практически не требуют дополнительных площадей. Вместо постоянных издержек, обусловленных финансированием пассивной части основных фондов, постоянные издержки для обеспечения функционирования виртуальных форм заключаются главным образом в приобретении дорогостоящего оборудования и программного обеспечения. Однако последнее имеет намного более высокую доступность, но самое важное, цены на компоненты инвестиционных затрат для функционирования информационных технологий, обеспечивающих виртуальное взаимодействие имеют неуклонную тенденцию к снижению, тогда как цены на недвижимость неуклонно растут.

Снижение непроизводительных затрат времени, связанных с отвлечением сотрудников организаций-участников от других профессиональных обязанностей. Серьезным преимуществом виртуального взаимодействия является то, что оно позволят их участникам быть вовлеченным в процесс, находясь на своих основных рабочих местах. Учитывая то, что речь идет о поиске организационных форм использования потенциала высшей школы, уже задействованного в образовательную и научную деятельность, данное преимущество виртуальных форм весьма важно. Оно позволят на новом уровне исполнителям осуществлять совместительство, когда оно осуществляется через их основные организации работодатели (в первую очередь вузы), и, когда новый вид деятельности органично совмещается с основной работой (последнее сейчас является серьезной проблемой для вузов).

Обеспечение конфиденциальности и авторизации принятия решений при минимальных затратах. Реализация организационных форм, предусматривающих удаленное взаимодействие участников, связано с проблемой обеспечения экономической безопасности в плане результатов, а также авторизации принимаемых решений. Виртуальные формы на основе электронных технологий защиты информации позволяют с высоким уровнем защищенности обеспечить выполнение этой

задачи. Например, взаимодействия финансирующей стороны и участников виртуального консорциума в рамках реализации федерально-региональных программ в рамках системы виртуального консорциума, который рассмотрен во второй части данного раздела.

Характеристика эффектов от использования виртуальной формы организации

Так как виртуальные формы могут быть смешанными формами и предусматривать виртуальной взаимодействие участников процесса и взаимодействие лицом к лицу возникает необходимость обоснования данных пропорций с учетом многообразия коммуникативных технологий [16,19, 20, 21]. В этом случае, выбор между двумя видами взаимодействия диктуется соображениями эффективности. Главным критерием является результативность взаимодействия. Данный критерий задает числитель отношения эффективности (см. приведенную ниже формулу):

$$E_{virt} = \frac{\sum_{i=1}^n Q_i - \sum_{i=1}^n C_i^{eff}}{\sum_{i=1}^n C_i^{ins}}; \quad Q_i \geq 0; \quad C_i^{ins} \geq 0 \quad (1)$$

где, E_{virt} – эффективность внедрения виртуальной формы;

Q_i – стоимостная оценка изменения качества взаимодействия при внедрении виртуальной формы;

C_i^{eff} – приведенная экономия на издержках при использовании виртуальной формы взаимодействия;

C_i^{ins} – издержки по внедрению виртуальной формы взаимодействия.

i – формы виртуального взаимодействия на основе современных коммуникативных технологий.

Результативность взаимодействия определяется тем, насколько виртуальный контакт может заменить контакт лицом к лицу без соответствующей потери качества, или в ряде случаев повысить качество по сравнению с традиционными формами взаимодействия за счет информационно-коммуникативных и когнитивных технологий, распознавания смысла в субъект-объектных взаимоотношениях и речемыслительной деятельности [Error! Reference source not found.20, 21]. Отсюда возникает условие положительности параметра Q_i , который должен рассчитываться в стоимостном как доля конечного эффекта от использования потенциала высшей школы. Соответствующий весовой коэффициент для расчета этой доли задается экспертным путем. В качестве простого примера роста качества при виртуальном взаимодействии приведем ситуацию из сферы образования. При прочих равных условиях, сравнительная действенность, а следовательно качество, дистанционного обучения выше, чем у традиционного заочного обучения. Дистанционное обучение представляет собой несложную форму виртуального взаимодействия.

Для задачи использования потенциала высшей школы для реализации федерально-региональной политики в науке и образовании необходимы более

сложные организационные формы, но в указанном аспекте суть выбора критерия к замещению непосредственного взаимодействия виртуальным та же, что и при дистанционном обучении. Так, действенность обмена информацией и создания новой информации и разработке новшеств при виртуальном взаимодействии часто выше, чем при личном контакте, то для виртуальных строго информационных взаимодействий следует ожидать положительного значения параметра Q_i . Что касается других взаимодействий, например, организационных взаимодействий, то необходимо оценить насколько путем использования удаленных методов визуализации и коммуникативных технологий обеспечения принятия управленческих решений можно выполнить условие положительности параметра Q_i . В тех же случаях, когда этого достичь невозможно, виртуальное взаимодействие должно быть заменено непосредственным контактом.

Далее, другую важнейшую часть эффекта от использования виртуальной формы организации дает выигрыш в инвестиционных и других затратах единовременного характера и в операционных издержках при ее использовании – C_i^{eff} . Она рассчитывается на основе оценки сравнительного выигрыша в издержках по сравнению с использованием традиционных форм взаимодействия, на основе изложенного выше подхода. При определении объема единовременных затрат следует учитывать использование существующих материально-технических ресурсов, которое при традиционных организационных формах обычно требуется в значительно больших количествах, чем при применении виртуальных форм организации.

Важнейшая мотивация для использования виртуальных систем – меньшая потребность в больших объемах материально-технических ресурсах и других издержек на обеспечение непосредственного взаимодействия (высвобождаются площади, нет необходимости в командировочных расходах и т.д.). Основная же часть единовременных издержек по внедрению, связана с информационными технологиями, включая «железо» и программное обеспечение, а основные оперативные издержки при реализации виртуальных форм – расходы на связь. Из этого следует еще один дополнительный мягкий критерий для обоснования внедрения виртуальных форм организации: разница между экономией на издержках при использовании виртуальной формы взаимодействия и издержками по внедрению должна быть положительной при любых положительных значениях параметра Q_i .

$$E_{virt} = \sum_{i=1}^n C_i^{eff} - \sum_{i=1}^n C_i^{ins} ; \quad Q_i \geq 0 \quad (2)$$

Мягкий критерий предусматривает возможность некоторого снижения параметра Q по некоторым второстепенным видам виртуального взаимодействия. Он может применяться в случаях острого дефицита ресурсов, когда только виртуальное взаимодействие позволяет реализовать использование потенциала высшей школы.

Как отмечалось выше, комбинирование ресурсов ряда вузов позволяет количественно повысить степень использования потенциала высшей школы и получить синергетический эффект, дополнительно повышая эффективность использования вузовского потенциала для реализации задач федерально-региональной политики в науке и образовании. Поэтому, по нашему мнению, принцип соединения

усилий ряда вузов и других организаций высшей школы должен быть максимально реализован в рамках финансирования федеральных и региональных программ. Министерства науки и высшего образования уже в течении ряда лет предпринимает усилия, направленные на соединение потенциала вузов и других экономических субъектов в регионах, а также софинансирование организуемых им программ из различных источников. В качестве одного из примеров можно привести, программу «Государственная поддержка региональной научно-технической политики высшей школы и развитие ее научного потенциала». При данном подходе также можно комбинировать ресурсы ряда вузов на основе договоров субподряда. Однако, такая форма лишь косвенно предусматривает комбинирование совокупного потенциала высшей школы в регионах, который существует в качестве обособленного потенциала отдельных вузов.

Результаты – характеристика элементов системы виртуального консорциума

Внешними элементами системы организации образовательной деятельности связаны как с системой в целом, так и с отдельными организационными формами. Внутренние элементы включают миссию и цели, организационную культуру, программы и услуги, а также ресурсы [22].

Для того, чтобы развить усилия по комбинированию ресурсов вузов на качественно новом уровне, а также использовать потенциал высшей школы как связующее звено для соединения возможностей внешних элементов системы, промышленных предприятий и целых отраслей [23] с целью реализации федерально-региональной политики в области науки и образования мы считаем целесообразным использовать виртуальные организационные формы. Они позволяют не только предусмотреть необходимость обязательного подтвержденного софинансирования партнерами и проконтролировать его выполнение, но и создать условия и возможности организовать и скоординировать процесс использования потенциала высшей школы в рамках конкретного проекта. При этом подобное использование должно осуществляться в границах очерченных выше.

Система виртуального консорциума является наиболее перспективной формой такого взаимодействия, так как при минимальных организационных затратах позволяет обеспечить участие в реализации одного проекта ряда организаций, как принадлежащих системе Минобразования, так и внешних по отношению к ней. При этом для организатора программы (финансирующей и контролирующей стороны) принципиально не усложнить систему взаимодействия по сравнению с проектом с одним вузом заявителем. Создать в рамках системы относительно несложные, но действенные организационные элементы для взаимодействия участников. Обеспечить солидарную ответственность всех участников за реализацию проекта перед его организатором, а также ответственность друг перед другом. Сформировать условия для привлечения внебюджетных инвестиций и обеспечения их окупаемости.

Принципиальные элементы системы виртуального консорциума следующие.

Формирование консорциума является необходимым условием для участия в конкурсе проектов по соответствующей программе (заключение договора консорциума). Организатор программы (который сам не является членом консорциума) определяет требования к обязательным статьям договора консорциума или разрабатывает типовой договор. Другим предварительным условием является создание веб-сервера – исходного элемента виртуальной структуры консорциума, позволяющего осуществлять взаимодействие участников друг с другом и организатором программы. На уровне разработки заявки на финансирование проекта члены консорциума определяют лидера, права и обязанности которого, функции и полномочия определяются консорциальным соглашением, принятым всеми его участниками.

Лидер представляет интересы всех участников виртуального консорциума, действует в пределах предоставленных ему полномочий при взаимодействии с организатором программы (финансирующей и контролирующей стороной). Данный элемент предназначен для того, чтобы задача организатора программы многократно не усложнилась из-за участия в проекте в качестве заявителей ряда структур. Лидер виртуального консорциума может получать за выполнение своих функций соответствующую компенсацию, но она не должна финансироваться из бюджетных источников в виде части от бюджета проекта. Софинансирование, применяемое как элемент консорциального соглашения, позволяет расширить возможности комбинирования ресурсов. В этом случае организатор программы не только контролирует подтверждение перечисления средств, но и выполнение условий со стороны вузовских организаций. Тем самым гарантируется то, что проект на деле способствует формированию новых взаимодействий в рамках кластеров региональной инновационной системы (см. обсуждение ниже).

В случае, если проект получает поддержку, на основе проектного веб-сервера создается механизм удаленного взаимодействия участников консорциума и контроля за выполнением проекта со стороны организатора программы. Тогда виртуальное взаимодействие осуществляется на основе защищенного веб-сервера. По-нашему мнению целесообразно, чтобы условием данной системы являлось финансирование функционирования собственно виртуальной структуры участниками консорциума из внебюджетных источников (софинансирование). С использованием данной виртуальной системы лидер консорциума созывает совещания, проводит согласование по всем принципиальным вопросам, контролирует и координирует действия членов при исполнении условий программы и соглашений по внебюджетному финансированию. Дифференцируя пропорции выполнения работ по проекту между всеми участниками, в техническом плане координируемая программным обеспечением по управлению проектом, средой использования которого является виртуальная структура, позволяет достичь в рамках консорциума оптимальных результатов. Контролирующей стороне оперативно осуществлять контроль и мониторинг выполнения участниками требований программы.

Желательно, чтобы проект, организуемый таким образом опирался на заранее сформировавшийся на региональном уровне вузовско-производственный кластер (гроздь территориально и технологически взаимосвязанных предприятий и организаций) [24] или даже являлся формой консолидации подобного кластера (см. Рис.1).



Рис. 1. Перспективный пример формирования кластеров на основе виртуального консорциума и взаимодействия Министерством промышленности и торговли и Министерством науки и высшего образования

Важным преимуществом системы виртуального консорциума как формы использования потенциала высшей школы на уровне отдельных проектов, является то, что он не требует создания предприятия в той или иной организационно-правовой форме. Однако отсутствие данного элемента не снижает его надежности из-за процедур мониторинга, осуществляемых как самими участниками, так и финансирующей стороной через сеть Интернет. Единственным формальным юридическим документом, обеспечивающим его функционирование, является консорциальное соглашение (договор консорциума). Наличие такого договора, формально одобренного всеми участниками, определяющего их права и обязанности должно быть условием для принятия заявки для конкурсного отбора на финансирование проекта.

Дискуссионные аспекты

Намного более сложный и дорогостоящий механизм виртуальной организации потенциала высшей школы для реализации федерально-региональной политики в науке и образовании – система виртуального университета. Однако он позволяет решать весьма сложные задачи в этой области, и по сравнению с традиционными организационными формами для решения задач подобного уровня его сложность и ресурсоемкость на порядок ниже.

Так, система виртуального университета позволяет при наименьших затратах сохранить дееспособную часть ресурсов вузов, которые в целом не отвечают современным требованиям и будут реорганизованы, в том числе ликвидированы в ходе возможных процедур реорганизации высших учебных заведений. В итоге совокупный потенциал высшей школы от подобной процедуры реорганизации должен не уменьшиться. Особенно существенно то, что система виртуального университета способен использовать ресурсы реорганизуемых вузов, находящихся в удаленных регионах, ликвидация которых может создать социально-экономические проблемы. Их лучшие интеллектуальные ресурсы, как преподавательские, так и научные кадры можно будет использовать в системе Минобразования. Потенциальным абитуриентам в регионах будет предоставлена возможность получить высшее образование. Особенно данный момент актуален для студентов, обучающихся без отрыва от производства по программам вечернего образования. Система виртуального университета дает им альтернативу по сравнению с менее эффективным заочным образованием. Таким образом при формировании виртуального университета потенциал высшей школы может стать как объектом, так и средством реализации федерально-региональной политики в науке и образовании.

Заключение

Система виртуального университета позволяет в сжатые сроки и с наименьшими затратами создать на региональном уровне, предпочтительнее уровне федерального округа современную платформу комбинирования ресурсов, имеющихся в системе Минобразования (прежде всего интеллектуальных). Он позволяет одновременно комбинировать ресурсы географически удаленных вузов для обеспечения образовательного и научного процесса, со степенью интеграции подобно той которая свойственно единым традиционным вузам. Другими словами, виртуальный университет организационная форма, реализующая все образовательные и научные функции обычного университета. Это достигается использованием всего арсенала современных информационно-коммуникационных технологий. Перспективным методом исследования системы виртуального университета в подобном информационном пространстве является лингво-комбинаторное моделирование [25], применение которого не ставилось в качестве цели данной статьи. Также, в отличие от анализа системы виртуального консорциума мы не ставили задачу рассмотреть здесь основные элементы и блок-схему системы функционирования виртуального университета. Однако представляется целесообразным выделить основные подходы, которые можно применить для формирования данного механизма – это упрощенный и виртуальный варианты:

Упрощенный вариант. Виртуальный университет комбинирует ресурсы других учебных заведений, чтобы сформировать новые программы по обучению студентов по информационно-интенсивным специальностям, с эффектом синергии.

Виртуальный университет формирует собственные курсы и реализует исследовательские проекты с использованием апробированного в мировой практике механизма виртуального предприятия, а также внедрение их результатов (реализацию инновационных проектов).

Итак, на основе проведенного системного анализа можно выявить принципиальное отличие виртуального университета от дистанционного обучения проявляется в трех аспектах:

Количественный – полный охват университетской программы и применение информационно-коммуникативных технологий, обеспечивающих координацию виртуального взаимодействия «преподаватель – студент» на уровне личного контакта.

Качественный – когда не только студенты, но и преподаватели получают возможность для организационных инноваций посредством появления новых точек роста.

Функциональный – соединение в рамках виртуального университета реализации функций обучения и научной функции, что составляет необходимое условие воспроизводства преподавательских кадров и опережающей подготовки кадров для решений задач развития промышленности.

Внедрение системы виртуального университета целесообразно осуществлять постепенно, вначале в форме обучения по нескольким информационно-интенсивным специальностям, определяемых из целей федерально-региональной политики, например, по информационным технологиям и экономике.

Таким образом в статье предложен концептуальный подход к формированию системы виртуального консорциума как перспективной формой взаимодействия образовательных систем, разработаны принципы ее работы и проанализированы формы реализации, представлены отличия виртуального университета от дистанционного обучения. В отличие от работ других авторов предложено импликация виртуального консорциума в систему промышленной политики и программу опережающей подготовки кадров и развития человеческих ресурсов.

Литература:

1. S. Ryan, B Scott, H. Freeman, D. Patel (2013) *The virtual university: The internet and resource-based learning*. London, Sterling (USA), NY: Routledge. p 218.
2. Sue Gregory, Denise Wood. (2018) *Authentic Virtual World Education. Facilitating Cultural Engagement and Creativity*. Singapore: Springer Nature Singapore Pte Ltd. p. 210
3. Шипунова О.Д., Березовская И.П., Денисков А.В. (2018) Эволюция принципов проектирования взаимодействий в профессиональной среде//Вестник науки Сибири. 2018. № 2 (29). С. 34-47.
4. Цветков В.Я. (2017) Виртуальные образовательные технологии. // Современное дополнительное профессиональное педагогическое образование. 2017. Т. 3. № 1 (10). С. 30-37.
5. Ибрагимов Г.И., Просюкова К.О. (2015) К вопросу организации виртуального образовательного пространства (на примере сирийского виртуального университета). // European Social Science Journal. 2015. № 5. С. 154-157.
6. Скоморохова А.А., Веретехина С.В. (2016) Экономическая целесообразность применения виртуальной образовательной среды для дистанционной формы обучения. // Новое поколение. 2016. № 10. С. 378-380.

7. Фотина О.В. (2017) Виртуальность и виртуализация образования. // Дистанционное и виртуальное обучение. 2017. № 4 (118). С. 83-87.
8. Маслиева О.В., Назиров А.Э. (2018) Феномен виртуальной реальности. // Философия и гуманитарные науки в информационном обществе. 2018. № 3 (21). С. 28-35.
9. Хаханов В.И., Мищенко А.С., Чумаченко С.В., Зайченко С.А. (2014) Киберсервисы активного управления университетом. // Радиотехника и информатика. 2014 №4(67). 56-61 С.
10. Volkova V.N., Vasiliev A.Y., Efremov A.A., Loginova A.V. (2017) Information technologies to support decision-making in the engineering and control. // Proceedings of 2017 XX IEEE International conference on soft computing and measurements (SCM) 2017. С. 727-730.
11. Brusakova I.A., Kaznacheeva S.N., Perova T.V (2016) . The development of cognitive activity of students through training in professional self-determination. // В сборнике: 2016 IEEE 5th Forum Strategic Partnership of Universities and Enterprises of Hi-Tech Branches, Science. Education. Innovations 2016 5. 2016. С. 113-114.
12. Шипунова О.Д., Мурейко Л.В. Когнитивные сценарии в конструировании массового сознания. (2016) // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Гуманитарные и общественные науки. 2016. № 3 (250). С. 93-101.
13. Bolbakov R. G. (2016) Tacit Knowledge as a Cognitive Phenomenon. European Journal of Technology and Design Vol. 11, Is.1, pp. 4-12, 2016 DOI: 10.13187/ejtd.2016.11.4
14. Цветков В.Я. (2017) Когнитивное управление. Монография / Москва, 2017. 72с.
15. Volkova V.N., Loginova A.V., Shirokova S.V., Kozlovskaya E.A. (2016) Information support of scientific researches in Russia. // В сборнике: Proceedings of the 19th International Conference on Soft Computing and Measurements, SCM 2016. С. 497-499.
16. Li-Chun Lin, I-Chun Hung, Kinshuk, Nian-Shing Chen. (2019) The impact of student engagement on learning outcomes in a cyber-flipped course. // Educational Technology Research and Development. 2019
17. Wu, W.-C. V., Chen Hsieh, J. S., & Yang J. C. (2017). Creating an Online Learning Community in a Flipped Classroom to Enhance EFL Learners' Oral Proficiency. Educational Technology & Society, 20 (2), 142–157 URL: <https://pdfs.semanticscholar.org/8d63/920d26335725cd02c13bc0c760928108ed69.pdf>
18. Karlik, A.E., Maksimtsev, I.A., Platonov, V.V. Intellectual management systems for the RF State Program Science and Technology Development for years 2013-2020/Proceedings of the 19th International Conference on Soft Computing and Measurements, SCM 2016.
19. Татаринев К.А. (2019) Предпосылки и условия развития непрерывного образования. // Балтийский гуманитарный журнал. 2019. Т. 8. № 1 (26). С. 289-292.
20. Doe Nina Pearl1, John Rajan, Sitti Mensahl1, Thirunavukkarasu Nivash. (2018) Interactive e-learning with integrated virtual reality. // Journal of Innovation in Computer Science and Engineering. 2018, V. 8 (1) pp.1-5
21. Hota Chia-Sheng Lin ,Shih-Jou Yu, Jerry Chih-Yuan Sun & Morris Siu Yung Jong. (2019) Engaging university students in a library guide through wearable spherical video-based virtual reality: effects on situational interest and cognitive load. // Interactive Learning Environments. 2019. <https://doi.org/10.1080/10494820.2019.1624579>
22. Clark M.J., Finding the way: a model for educational system analysis", International Journal of Nursing Education Scholarship, 2004, Vol. 1, No. 1, pp. 1-22.
23. Ignatyev, M.B., Platonov, V.V., Maksimtsev, I.A., Iakovleva, E.A. Setting up branch forecast centers based on leading universities/ Proceedings of the 19th International Conference on Soft Computing and Measurements, SCM 2016 22 July 2016, pp. 542-544.
24. Karlik, A.E., Platonov, V.V., Iakovleva, E.A., Shirokov, S.N. "Experience of cooperation between St. Petersburg universities and industrial enterprises"/IEEE 5th Forum Strategic Partnership of Universities and Enterprises of Hi-Tech Branches, Science. Education. Innovations. 27 January 2017, Pages 9-11.
25. Ignatiev M.B., Karlik A.E., Iakovleva E.A., Platonov V.V. Linguo-Combinatorial Model for Diagnosing the State of Human Resources in the Digital Economy. Proceedings of 2018 17th Russian Scientific and Practical Conference on Planning and Teaching Engineering Staff for the Industrial and Economic Complex of the Region, PTES 2018 pp. 201-205

Издержки коммуникаций Communication costs

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

Бурно совершенствуются свойства коммуникаций. Совсем недавно человек человеку мог лишь подавать знаки в пределах видимости и/или слышимости. Ныне пришёл интернет, социальные сети и у каждого пользователя появились неслыханные ранее возможности. Круг общения измеряется тысячами и миллионами корреспондентов, а скорости передачи возросли на многие порядки.

Для оценки эффективности сложных систем, специалистов продолжают интересоваться издержки коммуникаций. В докладе излагается аппарат измерения и определяющие системные параметры издержек коммуникаций в открытых (расширяющихся) системах. Получены оценки предельных издержек в связи заданными ключевыми системными параметрами.

Ключевые слова: системный анализ, открытые (расширяющиеся) системы, издержки коммуникаций, ключевые системные параметры, оценка предельных издержек.

The properties of communications are being rapidly improved. More recently, a person could only give signs to a person within the limits of visibility and / or audibility. Now the Internet has come, social networks and each user has had previously unheard of opportunities. The social circle is measured by thousands and millions of correspondents, and transmission speeds have increased by many orders of magnitude.

To assess the effectiveness of complex systems, specialists continue to be interested in communication costs. The report sets out the measuring apparatus and determining the system parameters of communication costs in open (expanding) systems. Estimates of marginal costs in connection with given key system parameters are obtained.

Keywords: system analysis, open (expanding) systems, communication costs, key system parameters, marginal cost estimation

Когда устанавливаются коммуникации между элементами, тогда образуется система. В зависимости от особенностей предметной области, в качестве определяющих свойств коммуникации могут выступать различные величины. Например, если главная задача – передача оповещений, тогда величиной, определяющей качество коммуникации, выступает задержка сообщения. При реализации продукции величиной, определяющей качество коммуникации, может выступать наценка.

В наше время бурно совершенствуются свойства коммуникаций. Совсем недавно человек человеку мог лишь подавать знаки в пределах видимости и/или слышимости. Затем появилась письменность и сообщения передавались в письмах на глине, папирусе, бумаге со скоростью бегуна, всадника. При этом круг общения обычного человека стал расширяться от единиц корреспондентов до сотен. Ныне пришёл интернет, социальные сети и у каждого пользователя появились неслыханные ранее возможности. Круг общения измеряется тысячами и миллионами корреспондентов, а скорости передачи возросли на многие порядки.

В ряде приложений, системы самоорганизуются для решения конкретной задачи: заинтересованные лица/эмитенты сами устанавливают коммуникации для передачи сообщения корреспондентам из своего круга общения. Заинтересовавшиеся этой темой корреспонденты сами повторяют передачу сообщения по своему кругу общения. Такая

целестремлённая система оказывается открытой для подключения новых элементов, разрастается и усложняется путём самоорганизации.

Для оценки эффективности таких сложных систем, специалистов продолжают интересоваться издержки коммуникаций. Примеры интересующих вопросов: как быстро важная информация (оповещение) будет доведена до всего социума; как велик должен быть первичный охват корреспондентов рекламными материалами и насколько эти рекламные материалы должны быть интересны с тем, чтобы круг дилеров и других коммерческих посредников стал экономически выгодным, но не нарушил условия ликвидности продукции и т. п.

Примечательно то, что высокое качество локальной аппаратуры и его отличное программное обеспечение оказывают небольшое влияние, не предопределяющее успешное функционирование открытой системы из-за особенностей её самоорганизации. Эта тема является актуальной и обсуждаемой [1-7]. Частыми ситуациями являются сложности в передаче сообщения конечному адресату или проблемы в коммерции. Во всех случаях находятся причины, затрудняющие коммуникации: нерадивые сотрудники, незаинтересованные клиенты и т. п. Оказывается, издержки коммуникаций недооценены. Их влияние существенно. Предлагается много рекомендаций. Зависят, по мнению ряда авторов, эти издержки от многих факторов, приносят экономический ущерб, осложняют работу. Заставляют реорганизовывать работу персонала, искать новые формы взаимодействия с клиентами и т. п. А вот от чего зависят издержки коммуникаций и как оценить их предельное значение – материалов крайне мало.

Рассмотрим простую модель издержек коммуникаций в открытой для присоединения корреспондентов системе передачи сообщения, имеющего важное значение для передающей стороне (эмитента) и для одного или многих корреспондентов-адресатов.

Пусть эмитент имеет круг общения из n_1 корреспондентов и им направляет сообщение, сопоставим ему круг радиуса n_1 .

Каждый из этих n_1 корреспондентов со своей вероятностью P_i принимает решение передать сообщение по своему кругу общения n_i . В ситуации оповещения информация передаётся без изменения и ключевым для системы параметром является период времени на раздумья промежуточного корреспондента (задержка τ_i). Если продвигается коммерция, корреспондент, при своей заинтересованности, в сообщение вкладывает свою наценку и здесь ключевым для системы параметром является величина наценки c_i .

Если вероятность P_i достаточно велика, сообщение, распространяясь по всё новым кругам общения достигает адресата/адресатов (см. рисунок 1). Это благоприятная ситуация для оповещения социума. Суммарная задержка T равна сумме задержек на минимальном пути достижения корреспондентов-адресатов

$$T = \sum_i \tau_i,$$

а суммарная наценка C равна произведению наценок на минимальном пути достижения корреспондентов-адресатов

$$C = \prod_i c_i .$$

Если вероятность P_i невелика, сообщение, распространяясь по кругам общения из случайных точек i -той окружности, не достигает адресата/адресатов (см. рисунок 2), поскольку очень многие промежуточные корреспонденты отказываются передавать сообщение по своим кругам общения. При этом можно считать бесконечными суммарную задержку:

$$T = \infty \text{ и суммарную наценку : } C = \infty .$$

При положительности и достаточной величине вероятности передать сообщение по своему кругу общения у всех корреспондентов

$$P_i > \varepsilon > 0$$

возникает сплошное кольцо распространения сообщения (см. рис. 3), по которому величину ε нетрудно определить по соотношению величин p_i и p_{i+1} , законам теории вероятностей и геометрическим соотношениям.

При соблюдении всеми корреспондентами установленного таким образом нижнего уровня вероятности передать сообщение по своему кругу общения P_i , оповещение может распространиться по всему социуму, а в случае коммерции коммерческая информация достигнет максимального круга клиентов.

Таким образом, предложен аппарат измерения и определяющие системные параметры, влияющие на издержки коммуникаций в открытых (расширяющихся) системах.

Выводы.

1. Минимум-минимум издержки коммуникаций имеют место при наличии в круге общения эмитента сообщения всех корреспондентов-адресатов, причём издержки равны задержке сообщения в линии связи эмитент-адресат при оповещении и оговорённой наценке при коммерции.

2. При отсутствии в круге общения эмитента сообщения корреспондента-адресата, издержки коммуникации равны сумме задержек при оповещении или произведению наценок при коммерции на минимальном пути сообщения к корреспонденту-адресату, причём этот минимальный путь всегда возможен при положительности и достаточной величине вероятности передать сообщение по своему кругу общения у всех корреспондентов.

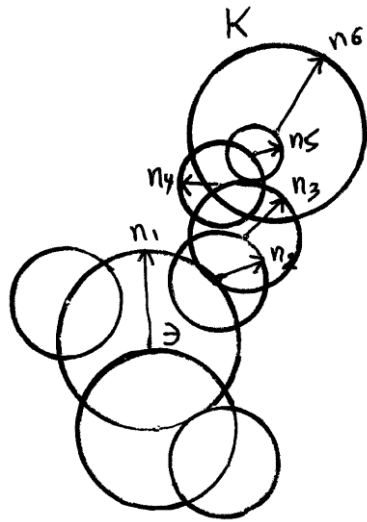


Рисунок 1. Сообщение, распространяясь от эмитента Э по всё новым кругам общения $n_1 \dots n_6$ достигает адресата К.

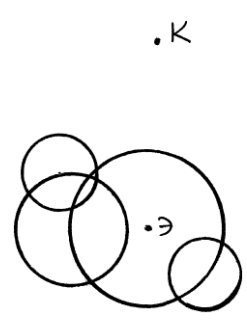


Рисунок 2. Сообщение, распространяясь от эмитента Э по кругам общения не достигает адресата К.

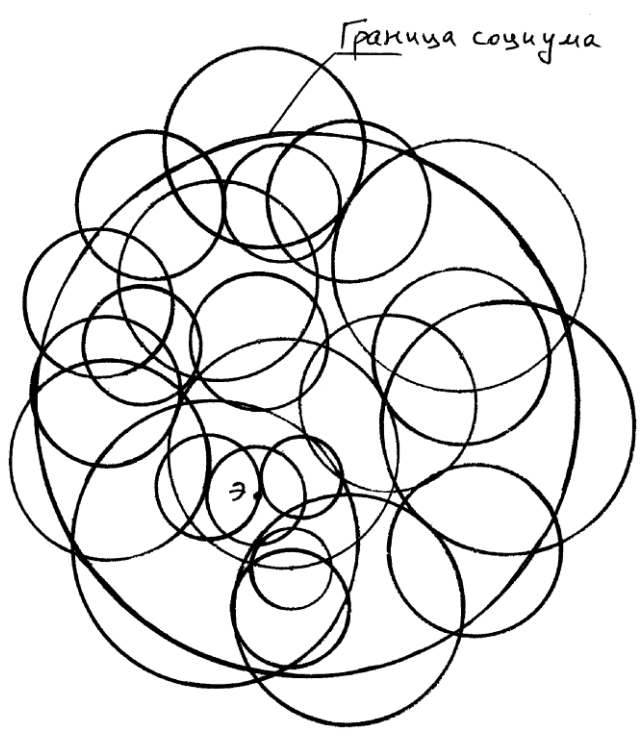


Рисунок 3. При положительности и достаточной величине вероятности передать сообщение по своему кругу общения у всех корреспондентов возникает сплошное кольцо распространения сообщения от эмитента Э, которое достигает всего социума или максимального круга клиентов.

Литература:

1. https://studme.org/49065/ekonomika/transaktsionnye_izderzhki_vnutri_firmy_izderzhki_vliyaniya_milgrom .
2. <https://economy-ru.info/info/89604/>
3. <https://msd.com.ua/internet-marketing/snizhenie-izderzhek-na-kommunikaciyu-s-klientami/>
4. https://vuzlit.ru/284922/snizhayte_izderzhki_kommunikatsii
5. <https://cyberleninka.ru/article/n/otsenka-zatrat-i-effektivnost-organizatsionnyh-izmeneniy-v-upravlenii-kommunikatsiyami-predpriyatiya>
6. <https://rucont.ru/searchresults?q=%22%D0%B8%D0%B7%D0%B4%D0%B5%D1%80%D0%B6%D0%BA%D0%B8%20%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D0%BC%D1%83%D0%BD%D0%B8%D0%BA%D0%B0%D1%86%D0%B8%D0%B8%22>
7. <https://www.xcomp.biz/3-2-transaktsionnye-izderzhki-v-logisticheskix-sistemax.html>

УДК 654.06, ББК 60.0

Б.А. Тургунов, Ш. Эргашев, Д.В. Орифжонова
Bekzod Turgunov, Shahboz Ergashev, Durдона Orifjonova
forish2009@mail.ru

**Основные проблемы при развитии телемедицины
в развивающихся странах мира**
The main problems in the development of telemedicine in developing countries

*Ферганский филиал ташкентский университет информационных технологий
имени Мухаммад Ал-Харезми*

Ferghana branch Tashkent University of Information Technology named after Muhammad Al-Khwarizmi

В статье рассмотрены основные виды проблемы при развитии телемедицины в развивающихся странах мира

Ключевые слова: телемедицина, интернет, надежность, устойчивость, скорости передачи данных.

This article discusses the main types of problems in the development of telemedicine in developing countries.

Key words: telemedicine, Internet, reliability, stability, data transfer rates.

Доступность и качество медицинских услуг всегда были острой проблемой для человечества. Проблема здравоохранения всегда актуальна для правительств и стран, независимо от их финансового положения. Политики, администраторы и исследователи прилагают постоянные усилия для обеспечения людей качественным медицинским обслуживанием по ценам, которые они могут себе позволить. Развивающиеся страны приняли много альтернативных инструментов и технологий, чтобы использовать качественную медицинскую помощь, но качество и стоимость медицинской помощи в этих странах по-прежнему являются серьезной проблемой. Развивающиеся страны значительно отстают в освоении технологий, позволяющих снизить затраты и улучшить качество медицинской помощи.

Телемедицина появилась в качестве новой надежды для устранения проблемы в сфере здравоохранения. Развивающиеся страны в спешном порядке внедрились технологию телемедицины без надлежащего планирования и стратегии. Несмотря на более чем двадцатилетнюю адаптацию телемедицины, развивающиеся страны не достигли какого-либо значительного успеха в снижении стоимости медицинской помощи или улучшении доступа к ней. В этой статье рассмотрены различные препятствия на пути развития телемедицины в развивающихся странах.

Существует множество барьеров, таких как географический доступ, приемлемость доступа к медицинской помощи в развивающихся странах. Телемедицина постепенно становится подходящим вариантом политики для правительств развивающихся стран.

Телемедицина - это использование электронных коммуникаций и информационных технологий для предоставления клинических услуг, когда участники находятся в разных местах. Телездравоохранение используется для охвата более широкого применения технологий для дистанционного обучения, укрепления здоровья, профилактических услуг, охвата потребителей и других приложений, в которых электронные коммуникации и информационные технологии используются для поддержки медицинских услуг. По данным Всемирная организация здравоохранения (ВОЗ), «телездравоохранение предполагает использование телекоммуникаций и виртуальных технологий для оказания медицинской помощи вне традиционных медицинских учреждений». Существуют следующие основные барьеры в процессе распространения эксплуатации телемедицины [1].

Политические барьеры. Для бесперебойного функционирования и развития любой системы нам необходимо иметь определенные политики и процедуры на государственном и национальном уровне. Эти определенные правила, положения, процедуры и протоколы необходимы для обеспечения бесперебойной и безопасной работы системы телемедицины и обеспечения того, чтобы население получало качественные медицинские услуги. Во многих развивающихся странах нет единой и стандартной политики в области телемедицины, что приводит к путанице в отношении разработки связанных с телемедициной услуг, программ и их беспрепятственного осуществления.

Неадекватная инфраструктура ИКТ. Многие развивающиеся страны имеют недостаточную доступность информационных и коммуникационных технологий (ИКТ), таких как компьютеры, сеть Интернет, принтеры и электричество, для надлежащего внедрения и запуска программы телемедицины. Доступ к Интернету и электроснабжение - это другие проблемы, связанные с отказом сети телемедицины в сельских и отдаленных районах. Одним из важных препятствий на пути эффективной доставки телемедицинских решений в сельские и отдаленные районы развивающихся стран является неполная и недостаточная инфраструктура ИКТ.

Низкая интернет-связь. Большинству приложений телемедицины требуется высокоскоростная и надежная пропускная способность интернета для бесперебойной работы. Телехирургия, телеофтальмология в реальном времени, телерадиология в реальном времени и экстренное консультирование - вот некоторые примеры таких приложений. ненадежный и низкий широкополосный Интернет создают препятствия для бесперебойного предоставления услуг телемедицины. Для проведения телеконсультаций в реальном времени между поставщиками и клиентами требуется надежная и высокоскоростная доступность Интернета. Охват Интернетом по-прежнему является проблематичной точкой во многих развивающихся странах, особенно в сельских и отдаленных районах.

Правовые барьеры. Практика телемедицины устранила многие физические и эмоциональные барьеры для обращения за медицинской помощью, но подняла много юридических и этических проблем, которые обычно не встречаются во время оказания традиционной медицинской помощи. Правовые соображения являются основным препятствием для распространения телемедицины.

Здравоохранение в развивающихся странах находится в процессе смены парадигмы: от традиционного подхода, ориентированного на поставщика услуг, к ориентированной на пациента модели управления здоровьем. Телемедицина повлияла почти на все аспекты здравоохранения, и многие успешные примеры сообщают о роли телемедицины в улучшении доступа к медицинским услугам, снижении стоимости медицинской помощи и повышении качества медицинской помощи. Телемедицина может стать важным инструментом для достижения координации здравоохранения и сокращения различий в здравоохранении.

Литература:

1. Гусев А. В., Романов Ф. А., Дуданов И. П., Воронин А. В. Информационные системы в здравоохранении. Петрозаводск: Изд-во ПетрГУ, 2002.
2. Telemedicine Resources and Services: American Telemedicine Association// The Univ. of Texas at Austin.- 1994

УДК 378.1, ББК 60.84

А.Е. Карлик, В.В. Платонов, Е.А. Яковлева

Э.Э. Шарич, Д.Д. Яковлева

Aleksandr Karlik, Vladimir Platonov, Elena Iakovleva

Ermin E. Sharich and Daria D. Iakovleva

karlik1@mail.ru, vladimir.platonov@gmail.com, helen7199@gmail.com

st062696@student.spbu.ru, st062671@student.spbu.ru

Систематизация рисков и угроз коммуникативных стратегий* **Systematization of risks and threats of communication strategies**

Санкт-Петербургский государственный экономический университет

Санкт-Петербургский государственный университет

St. Petersburg State University of Economics

St. Petersburg State University

В процессе проработки коммуникативных стратегий для современных промышленных предприятий необходимо учитывать особенности и закономерности сложных систем, обладающих свойствами полицентризма, динамичности и непрерывности развития, многофункциональности, взаимодействия части и целого, иерархической упорядоченности, адаптационного максимума и т.д. В исследовании применяются методы системного анализа и теории систем, логико-лингвистического анализа и моделирования, подходы теории адаптационного управления и семиотического подхода к риску. Результатом исследования является матрица систематизированных рисков и угроз нарушения коммуникаций.

Ключевые слова: системный анализ, риски, угрозы, предприятие

* При поддержке РФФИ, проект 19-010-00257 «Методология анализа промышленных предприятий и отраслей нематериального производства в условиях информационного общества и цифровизации»

In the process of developing of communication strategies for modern industrial enterprises of the military-industrial complex it is necessary to take into account features and regularities of complex systems with properties of polycentricism, dynamism and consistent development, multifunctionality, interaction, hierarchical orderliness etc. The research uses methods of system analysis and system theory, logical-linguistic analysis and modeling, approaches of adaptive management theory and a semiotic approach to risk. The results of the study are the model of communications in the military-industrial complex, the matrix of systemized risks and threats of communication disruption.

Keywords: system analysis, risks, threats, enterprise

Введение

В настоящее время промышленный комплекс функционирует под мощным воздействием такой важной характеристики информационного общества, как НБИКС-конвергенции, что означает постепенное слияние и, как следствие, синергетический эффект от ассимиляции и сближения последних успехов нано-, био-, информационных и когнитивных технологий [1]. При этом предприятие рассматривается как слабоформализованная сложная система [2], а процесс изучения форм и методов коммуникации и улучшения взаимодействия, в которой можно представить в виде семантических моделей ряда элементарных объектов управления, субъектов и предметной области. Результатом станет интеграция коммуникативных стратегий в цельную научно-методологическую область знания по стратегическому управлению.

Основой исследования являются труды российских и зарубежных ученых в области системного анализа, технологий информационного обеспечения систем управления сложными социально-экономическими системами Ст. Оптнером, А.И.Уемовым, В.Н.Волковой, А.А.Денисовым, СВ.Широковой. Вопросы построения семантических моделей изложены в работах Д.А.Поспелова, А.А.Денисова, Б.Л.Кукора, М.Б.Игнатъева и др. Вопросы формирования коммуникативных стратегий в настоящее время осмыслены в работах Домбровской Ю.И., Асташиной О.В., Кравец М.А., Болдыревой Т.В., Ивер Н.Н., Шиндряевой А.П.

В целом проблему исследования можно изложить как необходимость антиципации рисков и угроз нарушения коммуникаций в системе стратегического управления предприятия [3,4], для этого необходимо изучить возможности систематизации рисков и угроз нарушения коммуникаций, формализации семантической модели предприятия в условиях информационного общества, выявления и актуализации требований к системе управления в процесс проработки коммуникативных стратегий, измерения интеллектуального потенциала как условия интегрированной целостности объектов и субъектов управления. В соответствии с теорией адаптивного управления, разрабатываемого Б.Л. Кукором, Г.В. Клименковым и их учениками существует три класса проблемных ситуаций распознавания и структурирования проблемных ситуаций. Исследуем их взаимосвязи проблемных для создания фрагмента дискретно-ситуационной сети в табл. 1 [4, 5]:

Таблица 1. Анализ взаимосвязей между проблемными ситуациями

Наименование проблемных ситуаций	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Анализ причин
1. Дефицит финансирования для цифровой экономики	X	3	3		2	3	3	3	2	19
2. Ухудшение инвестиционного климата	3	X	3		1	2	1			10
3. Наличие диспропорций в структуре промышленности	3	3	X	2			2	2	2	14
4. Утечка данных		2	2	X	2	3	2	1	1	13
5. Бедность и ухудшение качества жизни	3	3	3	2	X	2		2	1	16
6. Отсутствие государственной системы стратегического планирования	3		3	3		X	3	2	2	16
7. Нарушение коммуникаций в промышленности	2	3	2		1	2	X	3	1	14
8. Отсутствие координации и контроля между коммуникативными объектами	2		2	2	2	1	2	X	2	13
9. Нарушение коммуникативных стратегий в государственных органах	3	3		2	1		2	3	X	14
Итоги анализа последствий	19	17	18	11	9	13	15	16	11	129

Итого на основе логико-лингвистического подхода сформирован перечень рисков и угроз для субъекта управления и объекта управления в количество 55 единиц. По 5 бальной шкале оценивания методом нечеткой логики, можно составить матрицу рисков и угроз для субъекта и объекта в таблице 2:

Таблица 2. Матрица рисков и угроз для субъекта и объекта

Наиболее высокую значимость имеют следующие риски и угрозы: недостаток средств для финансирования предприятий (#1), нарушение коммуникаций между государственными органами при составлении ГОЗ (#2), вывод средств в офшоры (#7), снижение качества жизни (#9), нарушение коммуникаций между предприятиями (#10), неправильное восприятие коммуникативных стратегий между объектами системы (#11).

Стоит отметить, что именно третий класс проблемных ситуаций охватывает нарушение коммуникаций между элементарными объектами системы, так как проблемные ситуации этого класса проблем включают в себя несоответствие наличных и требуемых знаний о проблеме и условиях ее разрешения; нарушение отношений подчинения, распределения ответственности, полномочий, между структурными элементами системы и персоналом, то есть, иными словами, – это нарушения коммуникаций и неправильное сочетание отношений и подчинений. Следовательно, необходима детальная проработка рисков и угроз этого класса проблемных ситуаций для предвидения потенциальных нарушений коммуникаций между элементарными объектами системы и, как следствие, повышения интеллектуального потенциала

предприятия и комплекса военной-промышленности в целом; следует рассмотреть влияние коммуникаций на интеллектуальный капитал предприятия.

Процесс проработки коммуникативных стратегий является основополагающей причиной становления, развития, конвергенции материальных, трудовых, интеллектуальных, финансовых ресурсов предприятия, главенствующим условием развития любого высокотехнологичного предприятия оборонной промышленности, поскольку гибридизация внешних воздействий и сложившаяся мировая геополитика требуют непрерывного совершенствования системы стратегического управления за счет применения рискозащищенных технологий планирования. Последнее обеспечивается за счет повышения **интеллектуального** потенциала предприятия и повышения производительности труда, использования капитала и всех ресурсов предприятия благодаря применению современных информационно-коммуникационных технологий, трансформации знаний опыта, энтропии информации в целях развития инноваций в области передовых технологий военного дела, авиа- и ракетостроения, приборостроения, робототехники, информационных технологий и искусственного интеллекта в целом [6, 7].

В исследовании под потенциалом понимается это общее эмпирическое состояние предприятия, включая операционные, инвестиционную, финансовую, инновационную виды деятельности, а также взаимовлияния и коммуникации между ними в научно-технологическом, финансово-экономическом, конкурентном аспектах деятельности. Интеллектуальный потенциал, указывающий в том числе на потенциал роста, – это способность быстро и эффективно достигать поставленной цели, при этом первичной целью должно быть повышение качества жизни, остальные же цели вторичны. Для улучшения взаимодействия и коммуникаций в рамках предприятия (его инфраструктуры, архитектуры) и в его связях с внешней средой (мультиагентами) следует выделять потенциал ресурсного типа – это все те ресурсы, которые имеются у предприятия и которые оно использует в своей деятельности посредством коммуникативных и организационных стратегий. Рост предприятия осуществляется на основе внедряемых инноваций, которые обеспечиваются за счет интеллектуальных ресурсов, интеллектуального потенциала. Следовательно, можно сделать важный вывод об эквивалентности понятий «потенциал роста» и «интеллектуальный потенциал».

Заключение

Итак, для обучения искусственного интеллекта на основе адаптивного управления и лингво-комбинаторного моделирования в целях своевременного распознавания нарушения коммуникаций между элементарными объектами системы необходимо:

- Построить мультиагентную систему для предметной области;
- Распознать соответствующие коммуникативные нарушения;
- Построить фрагмент семантической модели проблемной области;
- Обнаружить расхождения целей и задач на проблемном участке между элементарными объектами;
- Скоординировать управляющие воздействия в виде плана;

Разработать ряд коммуникативных стратегий для разрешения проблем;

Определить меры контроля и ответственности.

Так, для обеспечения конкурентоспособности предприятия необходимо повышение интеллектуального потенциала в промышленности необходимо своевременно распознавать коммуникативные нарушения между элементарными объектами на основе искусственного интеллекта, адаптивного управления и лингво-комбинаторного моделирования мультиагентной системы военно-промышленной отрасли, что позволит предвидеть возможные риски и потенциальные угрозы для коммуникативных стратегий объектов, т.е. это будет способствовать антиципации возникновения проблемной ситуации, в результате чего множество коммуникативных нарушений можно будет избежать, и, как следствие, скоординировать взаимодействия между лицами, принимающими решения по поводу соответствующих функций управления (планирование, организация, координация и контроль), что в целом обеспечит эффективное функционирование системы, тем самым повысив эмерджентный и синергетический эффекты, а результирующим эффектом станет повышение интеллектуального потенциала.

Литература:

1. Волкова В.Н. Теория систем и системный анализ учебник / В. Н. Волкова, А. А. Денисов – М.: Юрайт, 2010. – 679 с.
2. Кукор Б.Л., Пыткин А.Н., Клименков Г.В., Основы стратегического управления в региональной экономике. (построение систем ситуационного управления на базе логико-лингвистического моделирования) / Под общей ред. Б.Л. Кукора - Пермь: Изд-во ООО "Издательский дом "Ника", 2009. - 337 с.
3. Кукор Б.Л., Кузьмин Н.А. Коммуникативный механизм системы стратегического адаптивного управления региональной экономикой. / Системный анализ в проектировании и управлении: сб. науч. тр. XX Междунар. науч.- практ. конф. 29 июня-1 июля 2016 года. Ч. 1. – СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2016. - 480 с. С. 159-168
4. Поспелов Д. А. Ситуационное управление: Теория и практика. – М.: Наука. Гл. ред. физ.-мат. лит., 1986. – 288 с.
5. Шипунова О.Д., Березовская И.П., Денисков А.В. (2018) Эволюция принципов проектирования взаимодействий в профессиональной среде//Вестник науки Сибири. 2018. № 2 (29). С. 34-47.
6. Volkova V.N., Vasiliev A.Y., Efremov A.A., Loginova A.V. (2017) Information technologies to support decision-making in the engineering and control. // Proceedings of 2017 XX IEEE International conference on soft computing and measurements (SCM) 2017. С. 727-730.
7. Цветков В.Я. (2017) Когнитивное управление. Монография / Москва, 2017. 72с.

**Основанные на расстоянии нейронные сети
в системах раннего обнаружения чрезвычайных ситуаций
Distance-based neural networks in emergency detection systems**

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

Для эффективной работы информационных систем, предназначенных для раннего обнаружения чрезвычайных ситуаций, предложено использовать методы искусственного интеллекта и искусственные нейронные сети, основанные на вычислении расстояний. Построение системы обнаружения по принципу информационно-измерительной системы с множеством многопараметрических датчиков, непрерывно передающих результаты измерения в центральный блок, предназначенный для накопления, анализа и классификации данных, позволило применять методы машинного обучения. Настоящее исследование посвящено разработке нейросетевого алгоритма для определения типа чрезвычайной ситуации и причины ее возникновения. Предложено использовать сложную нейронную сеть, состоящую из пяти сиамских сетей, основанных на расстоянии, и Байесовой сети. При этом сиамские нейронные сети реализуют метод частичного обучения, а Байесова нейронная сеть предоставляет вероятности каждого типа чрезвычайной ситуации. Для обучения нейронной сети разработана компьютерная модель процессов возгорания разных материалов и модель инерционности датчиков системы. Компьютерная модель реализована в суперкомпьютерном центре СПбПУ.

Ключевые слова: Информационно-коммуникационная система, моделирование чрезвычайной ситуации, суперкомпьютерный центр, классификация чрезвычайных ситуаций, нейронные сети, супервизорное обучение.

For the effective operation of information systems designed for the early detection of emergencies, we proposed the artificial intelligence method and artificial neural networks based on distance calculation. The principle of an emergency detection systems is based on an information-measuring system with many multi-parameter sensors, continuously transmitting measurement results to a central unit designed for the accumulation, analysis and classification of data. This data allowed the apply the machine learning methods. This study is devoted to the development of a neural network algorithm which determines the type of emergency and the causes of its occurrence. We proposed to use a complex neural network consisting of five Siamese networks based on distance and a Bayesian network. At the same time, Siamese neural networks implement the semi-supervised training method, and the Bayesian neural network provides the probabilities of each type of emergency. To train the neural network, a computer model of different materials ignition processes was developed. The computer model was implemented in the supercomputer center "Polytechnic".

Keywords: Information and communication system, emergency modeling, supercomputer center, emergency classification, neural networks, supervisory training.

Современные системы предупреждения о возгорании, применяемые для быстрого обнаружения чрезвычайных ситуаций, основную информацию получают от извещателей – пороговых датчиков, срабатывающих при достижении заранее заданного порога. В частности, в пожарных системах используют пороговые извещатели температуры и концентрации дыма, которые срабатывают, когда факторы пожара превышают пороговые значения. Такая организация системы не позволяет применять современные методы обнаружения и прогнозирования чрезвычайных ситуаций, адаптивные методы, методы искусственного интеллекта, машинного обучения и нейросетевые методы. В то же время, применение таких методов позволит улучшить функциональность системы, дает возможность решать ряд новых задач, например, определять тип возгорания, локализовать место возгорания, определять

оптимальные пути эвакуации. В первую очередь это относится к судовым пожарным системам, обеспечивающим безопасность пассажиров и экипажа судна.

Предложенный нами подход к построению пожарной системы основан на замене извещателей многопараметрическими датчиками, которые непрерывно измеряют значения факторов пожара (температуры, концентрации углекислого газа, окиси углерода и концентрации дыма) и передают их на вычислительные блоки системы по беспроводному интерфейсу. Такое построение системы позволяет перемещать датчики, располагая их в оптимальных позициях, в зависимости от текущей ситуации для наиболее быстрого обнаружения возгорания. Метрологическое автосопровождение должно быть применено в системе для верификации получаемых результатов измерения. Созданию систем метрологического сопровождения посвящено много работ [1], [2], поэтому решение этой проблемы находится вне фокуса настоящего исследования.

Подход на основе информационно-измерительной системы позволил накапливать и сохранять результаты измерения факторов пожара, применять к полученным данным более сложные эволюционные алгоритмы и алгоритмы машинного обучения, которые дали возможность решить несколько дополнительных задач. Предложен генетический алгоритм оптимального расположения многопараметрических датчиков в помещениях судна для наиболее быстрого обнаружения возгорания. Основанный на нейронной сети алгоритм определения зоны возгорания и типа источника горения позволяет включать адекватные средства пожаротушения локально в опасной зоне помещения.

Целью исследования является разработка основанного на машинном обучении алгоритма определения источника возгорания на ранних стадиях развития пожара.

Для обучения нейронных сетей была разработана компьютерная модель возгорания, которая позволила получать показания датчиков системы в помещениях судна при возгорании материала [3]. Предложенная модель пожара, основанная на решении уравнений в частных производных, заменяет дорогостоящие натурные эксперименты [4], [5]. Модель реализована в суперкомпьютерном центре «Политехник» [6], [7].

Для каждого типа возгорания, созданы и обучены сямские нейронные сети, основанные на расстоянии [8,9] между плотностями распределения факторов пожара при отсутствии возгорания и при появлении возгорания каждого из пяти следующих типов: горения спиртосодержащих веществ, бумаги и ветоши, бытовых отходов, бензина, резины и оболочки кабелей. Каждая из нейронных сетей является частично обученной, способной различать только один тип возгорания. Поэтому для окончательного принятия решения о возгорании предложено применять вероятностную нейронную сеть. Входным слоем этой сети являются выходы сямских сетей, полученных для каждого типа возгорания. Вероятностная сеть имеет активационные функции *SoftMax*. Результаты тестирования алгоритма приведены в таблице.

Таблица. Результаты тестирования сетей

Источник возгорания	Достоверность обнаружения (%)
Кабель	89,7
Бумага	92,5
Бензин	97,7
Спиртосодержащие вещества	96,8
Бытовые отходы	88,3

Предложенные нейронные сети имеют достаточно простую архитектуру и небольшое число слоев. Применение нейронных сетей, основанных на вычислении расстояний, позволило получить оптимальные решения для данных, имеющих негауссовы распределения вероятностей, и корреляционные зависимости между факторами пожара.

Литература:

1. A.V. Utushkina, Yu.V. Filatov, P.G. Korolev, A.V. Tsareva, Measuring channel with automatic correction data conversion // Young Researchers in Electrical and Electronic Engineering Conference (EIConRusNW), 2015 IEEE NW Russia. – P. 184-187.
2. Alekseev, V.V., Gosteva, D.R., Korolev, P.G., Akolzin, A.I. Metrological research of measuring channels of a personal navigation system // Proceedings of the 2019 IEEE Conference of Russian Young Researchers in Electrical and Electronic Engineering, EIConRus 2019. 8656725, с. 413-415.
3. Guseva A.I., Malykhina G.F., Krugleevsky V.N., Turusov S.N., Obratsov I.V. The use of a neural network data processing model in fire detection systems to determine the location of a fire, Marine Intelligent Technologies № 2 (44) V.2 2019 page. 93-102. (RUS)
4. Guseva A.I., Malykhina G.F. and Nevelskiy A.S.: Neural Network Based Algorithm for the Measurements of Fire Factors Processing, In Kryzhanovsky B, Dunin-Barkowski W, Redko V and Tiumentsev Y (eds) Neural Computation, Machine Learning, and Cognitive Research II. Neuralinformatics Studies in Computational Intelligence, vol. 79, pp 160-166. (Springer, Cham) (2019).
5. Malykhina, G.F., Guseva, A.I. Milityn, A.V. Early fire prevention in the plant, In Industrial Engineering, Applications and Manufacturing (ICIEAM), International Conference, vol.2, pp.1-4. , Saint Petersburg, Russia. IEEE Explore (2017).
6. Malykhina, G.F., Guseva, A.I., Milityn, A.V. Nevelskii, A.S.: Developing an Intelligent Fire Detection system on the Ships, In: Sukhomlin V., Zubareva E., Manfred Shnepshneppe (eds) The II Convergent cognitive information technologies (Convergent'2017) international scientific conference, vol. 2064, pp 289-296. Moscow, Russia, (2017).
7. G. Malykhina, A. Guseva, A. Milityn Spatial-temporal digital twin models as a direction for the development of cross-cutting digital technologies. Series: Advances in Economics, Business and Management Research, International Scientific-Practical Conference "Business Cooperation as a Resource of Sustainable Economic Development and Investment Attraction" (ISPCBC 2019) Atlantis Press volume 90, pp 74-77
8. Chopra, S., Hadsell, R., and LeGuen, Y. Learning a similarity metric discriminatively, with application to face verification. IEEE Computer Society Conference on Computer Vision and pattern Recognition (CVPR'05), 2005, vol. 1, pp 539-546.
9. L. V. Utkin, V. S. Zaborovsky, and S. G. Popov. Siamese Neural Network for Intelligent Information Security Control in Multi-Robot Systems Automatic Control and Computer Sciences, 2017, Vol. 51, No. 8, pp. 881–887.

Секция 3. Коммуникативные стратегии в государственном управлении и общественном самоуправлении
Communicative strategies in public administration and public self-government

УДК 316.472.47

Б.О. Джалилов, М.М. Касымов
Djalilov Bakhromjon, Kasimov Muzaffar
bahrom3909@mail.ru

Роль социальных сетей в развитии общественного потенциала
The role of social networks in the development of social potential

*Ферганский филиал Ташкентского университета информационных технологий
имени Мухаммад Ал-Харезми*
*The Ferghana branch of Tashkent University of Information Technology
named after Muhammad Al-Khwarizmi*

В статье обсуждается роль и значение социальных сетей в повышении потенциала в развивающихся странах.

Ключевые слова: социальная сеть, интернет, фейсбук, почта.

This article discusses the role and importance of social networks in building capacity in developing countries.

Key words: social network, internet, facebook, mail.

Мы не представляем свою жизнь без интернета. Мы можем найти всю необходимую информацию там. Мы используем популярные сервисы и источники каждый день. Одним из самых популярных источников являются социальные сети. Социальная сеть - очень полезное изобретение 21-го века. В настоящее время миллионы людей используют социальные сети. Это интернет-сайт, который дает нам возможность поддерживать различные контакты, поддерживать дружеские отношения с одноклассниками, знакомыми. Более функциональные социальные сети позволяют смотреть фотографии и видеофильмы, слушать музыку и так далее. Есть возможность войти в разные интересные группы. Существуют социальные сети, объединяющие людей по общему интересу, например, игроки компьютерных игр объединяются в социальную сеть.

Люди привыкли к серфингу в интернете, потому что быстро и очень легко обнаружить любое желание. Вам не нужно думать о предложениях и идеях. По крайней мере, вам нужно уметь правильно печатать. Я думаю, что социальные сети очень помогают инвалидам и одиноким людям. Они могут создать учетную запись и начать общаться с другими идентичными партнерами. Большинство социальных сетей используются людьми, чтобы встретить друзей со схожими интересами и увлечениями. Очень часто недалекие люди находят друг друга в интернете. Хотя люди живут далеко друг от друга, любая сеть может объединить их. Однако почему социальные сети так широко распространены и широко используются? Поскольку мы живем в эпоху, когда технология находится на пике своего развития и находится в постоянном развитии, такие вещи, как чтение книг в Интернете, покупки в Интернете и общение с контактами по всему миру, что было невозможно 100 лет назад, теперь стали частью повседневной

жизни. Самая важная часть современного мира - это скорость - скорость получения информации.

Привлекательность социальных сетей заключается, прежде всего, в их доступности - регистрация в большинстве популярных социальных сетей бесплатна. Доступность и простота использования - вот что делает такие сайты, как Facebook и MySpace привлекательными. Во-вторых, социальные сети создают возможность общаться с друзьями, знакомыми или даже незнакомцами по всему миру, что жизненно важно в современном мире. Если в эпоху до Интернета общение требовало бесчисленных затрат времени, энергии и денег, то сегодня это всего лишь один клик. Кроме того, социальные сети позволяют людям следить за социальным развитием своего «списка друзей». Наконец, в дополнение к выполнению задачи социальной сети, такие сайты, как Facebook, предоставляют развлечения для своих пользователей. Возьмем, к примеру, приложения Facebook, в которых есть все виды викторин и игр для пользователей. И так число пользователей Facebook составляет миллионы.

Написание и получение корреспонденции с помощью почты - долгий процесс. Это требует времени и денег. Более того, письмо может быть потеряно. Но электронная почта не может быть потеряна и не займет много времени. Социальная сеть - очень полезное изобретение 21-го века. Благодаря современным технологиям люди могут не только писать разные виды писем своим партнерам по всему миру, но и общаться и видеть их с помощью веб-камеры. Кроме того, социальные сети облегчили людям доступ к основной, более широкой и актуальной информации. Каналы различных социальных сетей предоставляют людям новые научные, практические и теоретические подходы к миру. Теперь люди в этих сетях могут обмениваться мнениями по конкретному вопросу и получать ответов от натсоящего эксперта. Развивающихся странах этот процесс является основным фактором роста потенциала всего общества.

Литература:

1. Губанов Д.А., Новиков Д.А., Чхартишвили А.Г. «Социальные сети: модели информационного влияния, управления и противоборства», 2010 – 228 с.
2. Бурко Р. А., Терёшина Т. В. Социальные сети в современном обществе // Молодой ученый. — 2014. — №7. — С. 607-608.

УДК 330.101, ББК 65.011.15

А.А. Мордвинов, Т.Ю. Семёнова
Alexey Mordvinov, Tatyana Semenova
mordvinov.alexey@yandex.ru, tknow@mail.ru

**Оценка интеллектуального капитала
в сфере социально-ориентированной проектной деятельности
Evaluation of intellectual capital in the socially-oriented sphere of economic activity**

*Международный банковский институт
International Banking Institute*

Исследуется вопрос оценки интеллектуального капитала с учетом особенностей сферы хозяйственной деятельности. Работа с интервьюерами разного уровня позволила детально изучить проблематику оценки интеллектуального капитала не только с точки зрения руководящего состава организаций, но и нижестоящих уровней в организационной структуре организаций.

Ключевые слова: интеллектуальный капитал, оценка интеллектуального капитала, общественные организации, общество, капитал.

This paper explores the issue of evaluation of intellectual capital in the definite sphere of economic activity. Working on this topic with interviewers of different levels from each of these areas allowed to study in detail the issues of intellectual capital assessment not only from the point of view of the management composition of organizations, but also lower levels in the organizational structure of organizations.

Key word: intellectual capital, evaluation of intellectual capital, public organizations, society, capital.

Интеллектуальный капитал в современном обществе обеспечивает конкурентоспособность страны и отдельных предприятий. Прирост ВВП на 50% приходится на интеллектуальный капитал [1]. Важнейшим фактором формирования интеллектуального капитала является образование.

Большое внимание к образованию на всех уровнях управления государством привело к тому, что вопрос системного развития этой отрасли лёг в основу социально-экономического планирования развития страны. Именно в документах, связанных с этой тематикой, закреплены основные векторы развития и модернизации образования [2].

Социально-ориентированная проектная деятельность имеет специфику по своим целям и способам их достижения. Если рассматривать социально-ориентированную проектную деятельность на примере работы общественной организации с позиции оценки её интеллектуального капитала, то следует выделить несколько признаков, присущих только ей.

1. Отсутствие чётко сформированных минимальных показателей интеллектуального капитала организации.

2. Текучка кадров из-за отсутствия или небольшой финансовой стабильности.

3. Преобладание желания решить социально-важный вопрос над реально профессиональными навыками в необходимой сфере.

4. Ограниченность во времени и ресурсах проектной команды.

В социально-ориентированной деятельности часто несколько функций совмещается одним человеком в команде. По своей сути, это также мешает объективной оценке реального интеллектуального капитала организации и вклада каждого члена проектной команды. Именно в социально-ориентированном проектировании имеется одна из наиболее высоких нематериальных мотиваций коллектива. Это позволяет компенсировать недостаточность профессиональных компетенций и навыков, а также стимулирует в кратчайшие сроки находить решения для решения проектных задач.

Проведенные исследования вопроса интеллектуального капитала в организациях из разных сфер хозяйственной деятельности показывают, что, несмотря на различную специфику и форму работы организаций, интеллектуальный капитал стоит в основе успешного их развития. Но при этом возникает сложность в оценке полноценного человеческого потенциала с учётом всех его знаний, навыков и жизненного опыта.

В рамках исследования мы провели опрос среди молодых выпускников различных направлений образовательных организаций, которые устроились работать по специальности и занимались или продолжают заниматься общественной

деятельностью. Результаты проведенного опроса 150 человек показали, что профессиональные навыки у 65% респондентов не развиваются в ходе общественной деятельности, это и не удивительно, ведь их развитием занимаются в образовательных организациях. В свою очередь, навыки, которые можно отнести к дополнительным, у молодого специалиста активно развиваются именно за счёт внеучебной деятельности.

Исследование показало, что для каждой сферы хозяйственной деятельности приоритетными являются разные составляющие интеллектуального капитала, ведь их специфика может в корне отличаться друг от друга. А это, в свою очередь, приводит нас к вопросу развития систем оценки интеллектуального капитала и всех его составляющих в различных сферах хозяйственной деятельности.

Литература:

1. Рассел, Джесси Интеллектуальный капитал / Джесси Рассел. - М.: Книга по Требованию, 2016. - 367 с.
2. «Прогноз долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2030 года» [Электронный ресурс] <http://economy.gov.ru/minec/main>

УДК 65.014, ББК 60.0

Г.П. Чудесова

Galina P. Chudesova, tchudesova@yandex.ru

Роль бизнес-структур в развитии научно-технического прогресса **Role of business structures in development of scientific and technical progress**

*Санкт-петербургский национальный исследовательский университет информационных технологий,
механики и оптики*

The St.-Petersburg national research university of information technology, mechanics and optics

В статье рассмотрена роль различных фирм по классификации Раменского Л.Г. в развитии инновационного рынка, создании и распространении инновационных продуктов.

Ключевые слова: стартап, инновационный продукт, эксплеренты, научно-технический прогресс.

In article the role of various firms on Ramenskogo L.G.'s classification in development of the innovative market, creation and distribution of innovative products is considered.

Keywords: a startup, an innovative product, explerents, scientific and technical progress

В современной России все большее значение приобретают бизнес-идеи, которые становятся основой стартапов и цифрового развития экономики. Цифровизация обусловлена интенсивным развитием научно-технического прогресса (НТП). Ситуация требует расширенного рассмотрения роли отдельных фирм в этом процессе.

Для стартапа характерна высокая конкурентоспособность, обусловленная принципиально новой идеей, лежащей в основе его продукта, или новым подходом к существующим на рынке продуктам, позволяющим по-новому взглянуть на знакомые вещи. Согласно классификации Раменского Л.Г., написанной в 1935 году для биологии, но которая в последнее время получила широкое распространение в экономике, фирма, выпускающая принципиально новую продукцию, созданную на основе своей собственной идеи, носит название эксплерент. Это предприятие является первопроходцем. Никто не знает, ждет ли его в будущем баснословный успех или разорительный провал? И любая из самых разных оценок с равным основанием может считаться точной или, напротив, нереальной.

Ясно, что субъективность оценок в этом деле сделала бы крайне трудным

финансирование рискованных проектов. Ведь по поводу перспектив пионерского предприятия у его основателя-энтузиаста и у скептика-финансиста заведомо разные мнения. И выяснить, кто из них прав (а значит и договориться об условиях сделки!), невозможно.

При поиске инвестора многие новаторы, авторы идеи, опасаются, что им придется продать (!) идею инвестору, будь то специализированная инвестиционная фирма или крупный виолент, пытающийся таким образом расширить свой бизнес. Это не так. Стартаперу необходимо решать свои финансовые проблемы на этапе заключения авторского договора с инвестором. К сожалению, в нашей стране культура ведения подобных переговоров отсутствует. Всему этому нужно учиться.

Кроме того, существует ряд методик предоставления средств, использование которых дает возможность авторам идеи стать полноправными членами бизнес-сообщества, а инвесторам получить свои сверхприбыли, вероятность получения которых и заставляют их вкладывать деньги в предприятие с высокой степенью неопределенности. В основном, методики основаны на поэтапном предоставлении средств по мере готовности проекта эксплорента. Пакет акций фирмы эксплорента через биржу покупает виолент, безусловно имеющий средства для развертывания производства эксплорентного продукта. Именно на этой стадии (заключения договора спонсора и виолента) автор стартапа и должен включить свои авторские требования, которые обеспечат ему гонорар и участие в прибыли от продажи инновационного продукта.

Фирма эксплорент, для которой характерна 100% новизна, безусловно, относится к стартапам. Однако продуктом стартапа может быть и модернизируемый продукт. В этом случае им занимается фирма (согласно той же классификации) пациент. Часто модернизация продукта делает продукт патентоспособным, что обеспечивает ему эксплорентные преимущества в виде сверхприбыли. Это делает патентоспособность одной из основных характеристик стартапов не зависимо от того, является ли их продукция оригинальной или модернизируемой.

Итак, мы показали, что два вида фирм – эксплоренты и пациенты из четырех (по классификации Л.Г. Раменского) являются основой развития научно-технического прогресса и рынка в целом.

Коммутанты и виоленты в этом процессе выполняют роль распространителей (последнее время часто используются термины - маршрутизация или диффузия) продуктов. Виолент создает побочное производство инновационного продукта и выводит его на рынок. Дальнейшая судьба продукта определяется системой его продвижения и другими маркетинговыми инструментами. Коммутанты, производя дорогие эксплорентные продукты дешевле основных оригинальных производителей, снижают цену на инновационный товар, что создает условия для широкой диффузии продукта, дает возможность охватить дополнительно большой сегмент потребителей.

Таким образом, эти два типа фирм принимают участие в развитии НТП, обеспечивая широкое распространение нового продукта. В результате общих усилий всех четырех видов фирм инновационный продукт укрепляет свои позиции на рынке.

Цикл изменения рынка в связи с выходом нового продукта можно считать законченным.

Однако не все так гладко в этом процессе. Иногда крупный бизнес не приветствует появление на рынке нового продукта, который мешает уже существующим товарам, выполняющим ту же функцию. Бизнес всячески тормозит выведение нового продукта на рынок. Возможна даже ситуация, когда продукт стартапа морально устаревает, так и не увидев своего покупателя. Об этом говорил в свое время еще Ж.И. Алферов, рассказывая о гетероструктурах.

В России задача инновационного развития страны является приоритетным проектом развития ее промышленности и экономики. Всем фирмам находится место на рынке в процессе развития научно-технического процесса и этот процесс в настоящее время развивается ускоренными темпами.

Литература:

1. Blank, Steve (2010) What's a Startup? First Principles. Режим доступа: <https://steveblank.com/2010/01/25/whats-a-startup-first-principles/>
2. Robehmed, Natalie (2013) What Is A Startup? Forbes. Режим доступа: <https://www.forbes.com/sites/natalierobehmed/2013/12/16/what-is-a-startup/#5b39740b4044>
3. Why Governments Don't Get Startups. Режим доступа: <https://steveblank.com/2011/09/01/why-governments-don%E2%80%99t-get-startups/>
4. Елина Н.С., Ковалева М.В., Силакова Л.В., Широкова В.В. Исследование управленческих особенностей технологического стартапа // Российское предпринимательство - 2018. - Т. 19. - № 1. - С. 217-232.

УДК 321.7:329.8, ББК 66.2

Л.И. Евсева,¹ А.С. Матвеевская,² Т.С. Тараканова¹
Lidiya I. Evseeva, Anna S. Matveevskaya, T. Tarakanova
l.evseeva@mail.ru, annamatveevskaya@mail.ru, tarakanovamara@gmail.com

Политическая коммуникация в условиях цифровизации **Political Communication in a Digital Environment**

Санкт-Петербургский Политехнический Университет Петра Великого¹
Санкт-Петербургский государственный университет²
St. Petersburg Polytechnic University of Peter the Great
St. Petersburg State University

Анализируется влияние информационных технологий на инструменты политической коммуникации. Показаны возможные каналы взаимодействий акторов политических процессов. Сетевая среда коммуникации институализирует новые формы прямой демократии.

Ключевые слова: политическая коммуникация, цифровизация, электронные технологии, информация.

The influence of information technology on the tools of political communication is analyzed. Possible channels of interactions of actors of political processes are shown. A networked communication environment institutionalizes new forms of direct democracy.

Key words: political communication, digitalization, electronic technologies, information.

В современных условиях глобализации и цифровизации прослеживаются тренды влияния мобильных информационных технологий и структур в политической сфере [1, 2, 3]. Наблюдается увеличение роли и способов сетевых технологий, участвующих в формировании общественного пространства, открывающего возможности для развития политической коммуникации [4]. Электронные технологии позволяют гражданам оказывать существенное влияние на процесс принятия решений и контроля

их реализации, одновременно повышая степень ответственности правительств перед обществом. Важным выступает проблема доверия [5].

Трансформация способов коммуникации влияет на распределение власти в обществе. Это приводит к увеличению негосударственных участников политического процесса, формированию инфраструктуры сетевого общества, появлению самоорганизующихся практик гражданских инициатив [6]. Наблюдается зависимость политического участия от уровня и масштаба включенности гражданина в коммуникативное пространство. Мобильные интернет технологии и сетевая среда коммуникации является основанием институализации новых форм прямой демократии. Развитие и тип коммуникации может выступать направляющим фактором развития социума [7, 8].

Современный процесс сетевизации политических коммуникаций и переход в будущем к сетевой политике создают платформу, где устоявшиеся политические каналы информации и формы влияния остаются достаточно эффективными (например, печатные и телевизионные СМИ) и при этом они дополняются новыми сетевыми ресурсами, интернет-сайтами, блогами и группами в социальных сетях. «Коммуникативные отношения влияют на эффективность деятельности...» [9, С. 37]. Сегодня под влиянием инновационных трансформаций происходит изменение отношений между людьми и формируются новые образы реального мира, изменяющие содержание и направленность ценностного сознания человека. Большая часть этих образов строится не на основе личных наблюдений человека, а на основе уже созданных в глобальной сети информационных сообщений. Открываются новые возможности гражданского участия. Насыщение социальной среды способствует и активному участию в общественно-политических процессах субъектов с различными идеологическими ориентирами демократизации общества. Возможности электронного взаимодействия больших групп интересов в принятии ключевых решений в общественном секторе порождает феномен так называемой «сетевой толпы», привлекающий все больше внимание теоретиков [10].

В современных условиях интернет уже не только средство коммуникации с гражданами, но и особое виртуальное пространство, в которое могут в будущем переместиться многие политические институты современного общества. Данные вопросы широко обсуждаются научным сообществом [11, 12]. Но следует отметить, что глобализация не является достаточно сильным фактором, способным преодолеть местные интересы. С помощью новых информационных технологий граждане стали более политизированы и через современные информационные механизмы взаимодействуют с государственными институтами и органами местного самоуправления. Интернет-коммуникации выступают важным средством демократизации политической системы.

Литература:

1. Тимерманис И.Е., Евсеева 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.
2. 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

3. 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.
4. 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.
5. Поздеева Е.Г. Справедливость и доверие – координаты построения будущего // Социальная несправедливость в социологическом измерении: вызовы современного мира Сборник материалов. М.: МАКС Пресс, 2018. С. 967-969. DOI: 10.29003/m123.12.sr-2018
6. 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.
7. Евсева 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.
8. 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.
9. 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.
10. 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.
11. 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.
12. Матвеевская А.С. Туризм как политический межгосударственный диалог // Наука Красноярья. 2017. Т. 6. № 4. С. 58-68.

УДК 007, ББК 60.84

Е.Д. Рожеловская
E. Rozhelovskaya, rozelovskaya@yandex.ru

Коммуникативные стратегии в государственном управлении информационного общества

Communicative strategies in state management of information society

*Санкт-Петербургский государственный университет
St. Petersburg University*

Статья посвящена вопросам изменения и совершенствования коммуникативных стратегий государственного управления в условиях становления информационного общества. Электронизация управленческой деятельности является передовым направлением реформ не только в высокоразвитых странах, но и в регионах, не достигших высот постиндустриального развития, что говорит о чрезвычайной важности подобных качественных изменений для взаимодействия граждан и государства. Зарождающиеся формы непрерывного сетевого диалога управляющих с управляемыми способны компенсировать недостатки прежних коммуникативных стратегий, расширить пути участия рядовых граждан в управлении государством в соответствии с идеалом демократического народовластия.

Ключевые слова: коммуникативные стратегии, информационное общество, государственное управление
The article is devoted to the issues of changing and improving communicative strategies of public administration in the context of the formation of the information society. The electronicization of managerial activity is the forefront of reforms not only in highly developed countries, but also in regions that have not reached the heights of post-industrial development, which indicates the paramount importance of such qualitative changes for the interaction of citizens and the state. The nascent forms of continuous network dialogue between managers and managed can compensate for the shortcomings of the previous communication strategies, expand the ways of participation of ordinary citizens in state governance in accordance with ideals of democracy.

Key words: communication strategies, information society, public administration, e-government

Такой двигатель прогресса как технические средства коммуникации широко освещается в трудах многих мыслителей 20 и 21 века, среди которых Г. Маклюэн, Э. Тоффлер, Е. Масуда и другие. Ряд современных исследователей предпочитает всему многообразию дефиниций информационного этапа развития человечества термин «общество высоких технологий» [1]. С изобретением и мгновенным пользовательским освоением Интернета эффективная беспроводная коммуникация стала внедряться в сферу государственного управления как передовое средство оказания услуг, информирования и политической мобилизации граждан. Помимо очевидных операционных преимуществ, включающих низкие временные затраты и отсутствие территориальной привязки совершения электронного платежа при исполнении налоговых обязательств, погашении штрафов, получении пособий и осуществлении других финансовых операций, перевод взаимодействия государства и гражданина на инновационные технологические рельсы позволяет обеспечить устойчивую обратную связь, а, следовательно, повысить степень вовлеченности членов общества в процесс принятия политических решений, что в высшей мере соответствует идеалам демократического народовластия и взаимной ответственности. Имея целью построение диалоговых отношений между управляющими и управляемыми, электронизация государственного управления требует от современных правительств применения новых коммуникативных стратегий [2].

Стратегии, направленные на конструирование благоприятного имиджа политических институтов, лидеров и партий, а, следовательно, обеспечение поддержки проводимых ими мер, известны достаточно давно и нашли широкое применение уже в индустриальную эпоху, преимущественно через телевизионные каналы. Односторонний характер телевизионной коммуникации, являвшейся информационной основой индустриального общества, не позволял адресату, т.е. гражданину, выразить своё отношение к продвигаемому деятелю или организации и озвучить желательные изменения в его политической программе до непосредственного акта реализации своего активного избирательного права на выборах. Применение же данной стратегии в сети Интернет вызывает быстрый отклик многоликой целевой аудитории, который, в том числе, может быть систематизирован в виде статистического исследования, данных онлайн-опроса или рейтинга популярности, участие в составлении которых не требует от граждан дополнительных усилий, как в случае с организацией митингов, протестных акций или написанием коллективного обращения [3].

Другой комплекс коммуникативных стратегий, приобретающих особую значимость в условиях становления информационного общества, основывается на предоставлении гражданам данных о работе государственных органов с сопроводительным иллюстративным материалом, решении текущих местных или региональных проблем, а также на ответном контроле соответствующих делопроизводственных показателей со стороны граждан. Регулярная публикация детальных отчётов о деятельности правительственных учреждений разного уровня должна сопровождаться предоставлением действенных средств мониторинга, которые

помогли бы пользователю сформировать чёткое представление об успешности выполнения органами и должностными лицами своих функциональных задач, как определённых их генеральной специализацией, так и продиктованных вызовами изменчивой действительности, которые «захлёстывают» не приспособленные к динамичному реагированию медлительные институты прошлой индустриальной эпохи [4]. Такое непрерывное взаимодействие чиновников с населением позволяет, в частности, предотвратить развитие многих пагубных черт так называемой аппаратной бюрократии, господствовавшей в индустриальную эпоху и в своём единообразии выполнения рабочих функций подражавшей крупному производственному предприятию того времени: риск догматизации формальных правил и шаблонного удовлетворения вариативных запросов граждан минимизируется за счёт добровольного предоставления ими информации о своих потребностях и изменении ситуации [5].

В терминологии современных учёных и политиков давно появились обозначения для системы интерактивного взаимодействия государства и граждан при помощи Интернета – «электронное правительство» (e-government), и формирующегося на её основе типа демократии – «компьютерная демократия». С 2003 года ООН ежегодно составляет рейтинг стран мира по уровню развития электронного правительства (The E-Government Development Index), подразумевающему готовность и возможности национальных государственных структур к использованию информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) для предоставления гражданам государственных услуг.

Очевидно, что становление и развитие электронного правительства и коммуникативных стратегий его взаимодействия с гражданами требуют усилий по созданию соответствующих благоприятных условий: достижение удобства и простоты использования, быстрого и безопасного доступа к сетевым технологиям; подготовка грамотных специалистов, способных эффективно использовать электронные средства коммуникации, минимизация затрат по оказанию государственных услуг, преодоление электронно-цифрового разрыва между различными категориями населения, жителями разных территорий внутри страны и т.д. Пока информационные и телекоммуникационные технологии остаются в распоряжении небольшой социальной группы, сохраняется угроза существующему механизму функционирования демократического общества.

Литература:

1. Aladyshkin I., Kulik S., Michurin A., Anosova N. "Information Prospects For Socio-Cultural Development: Contradictory Grounds", RPTSS 2017 International Conference on Research Paradigms Transformation in Social Sciences, The European Proceedings of Social & Behavioural Sciences EpSBS Vol. XXXV, pp. 19-25
2. Мичурин А.Н. Проблемы становления информационного общества в России в XXI веке // Петербургская весна культуры: материалы XIV международного форума. 19-20 мая 2016
3. Мичурин А.Н. Проблемы формирования информационного общества в России и мире // Коммуникативные стратегии информационного общества Труды IX Международной научно-теоретической конференции. 2017. С. 30-32.
4. Тоффлер Э. Третья волна: Пер. с англ. / Э. Тоффлер. – М.: ООО «Издательство АСТ», 2004. – 781 с.
5. Мичурин А.Н. К вопросу о становлении информационного общества в XXI веке // Коммуникативные стратегии информационного общества Труды X Международной научно-теоретической конференции. 2018. С. 73-76.

**Коммуникативная стратегия государства как важный инструмент
фискальной политики**
Government communicative strategy as an important tool of fiscal policy

*Северо-Западный институт управления – филиал РАНХиГС
North-West Institute of Management of RANEPA*

В условиях быстрого развития информационных технологий коммуникативная стратегия государства становится необходимым инструментом фискальной политики. В данной работе приводятся основные инструменты информационной политики государства, а также рассматриваются коммуникации правительства в рамках бюджетного процесса, бюджетного правила, реформирования пенсионной системы и во время экономического кризиса. Результаты анализа показывают, что лидером в информационной политике в России остаются монетарные власти, однако информационная поддержка фискальных властей позволяет добиться стабилизации экономики. В статье делается вывод о том, что коммуникация государства, четко объясняющая конечные цели и роль принятых решений, может существенно повысить эффективность налогово-бюджетной политики.

Ключевые слова: коммуникативная стратегия, информационная открытость, коммуникация, фискальная политика, кризис 2014 года

In conditions of rapid development of information technology, the government's communicative strategy is becoming a necessary fiscal policy tool. This paper presents the main tools of the state's communicative policy, and also discusses government communications in the framework of the budget process, the budget rule, pension system reform, and during the economic crisis. The results of the analysis show that the monetary authorities remain the leader in communications in Russia, but the information support of the fiscal authorities allows for stabilization of the economy. The article concludes that government communication, clearly explaining the ultimate goals and the role of decisions, can significantly increase the effectiveness of fiscal policy.

Keywords: communicative strategy, informational transparency, communication, fiscal policy, crisis of 2014

В условиях развития информационных технологий и увеличения потоков информации правильно выстроенная коммуникативная стратегия становится необходимым инструментом любой политики, в частности – фискальной. Главной задачей информационной открытости государства является повышение уровня понимания и доверия населения к проводимой политике путем разъяснения действий властей, а также формирование ожиданий на перспективу у участников экономической деятельности, так как ожидания населения и бизнеса существенно влияют на экономику в целом и отдельные макроэкономические показатели в частности [1].

Основными каналами и инструментами информационной политики являются официальные аналитические материалы, публикуемые на регулярной или разовой основе, публичные выступления представителей власти на телевидении и радио, конференциях и других мероприятиях, интервью в средствах массовых информационных, а также присутствие в социальных сетях. Кроме того, в настоящее время в России в числе прочих реализуется проект «Портал открытых данных Российской Федерации», которому отводится роль системообразующего элемента, ядра экосистемы открытых данных Российской Федерации, призванного повысить «коэффициент полезного действия» государственной информации [7].

Государственная информационная политика призвана обеспечить диалог между представителями власти и субъектами гражданского общества. Наиболее популярным

инструментом диалога населения и власти в России является ежегодный прямой эфир, проводившийся 17 раз с 2001 года – «Прямая линия с Владимиром Путиным», в процессе которого президент России отвечает на вопросы граждан [4]. Новым инструментом диалога в 2019 году стало объявление крупнейшим в России негосударственным медиахолдингом «РБК» сбор вопросов министру экономического развития Максиму Орешкину [5].

Стоит отметить, что в современных исследовательских работах большее внимание отдается анализу информационной политике монетарных властей, нежели фискальных. Это объясняется значительными преобразованиями в коммуникации центральных банков в последние годы: от полной секретности до информационной прозрачности. Кроме того, осуществление информационной политики в области налогово-бюджетной политики имеет ряд особенностей по сравнению с коммуникацией, проводимой монетарными властями.

Например, в настоящее время коммуникация Банка России осуществляется на основе политики «единого голоса», что подразумевает единую и непротиворечивую позицию по монетарной политике, оценке текущей экономической ситуации и прогнозам Банка России у всех представителей организации, в то время как конфликт интересов и взглядов является основополагающим в фискальной политике [3]. Тем не менее, раскрытие информации и повышение прозрачности в результате коммуникаций могут помочь в увеличении эффективности фискальной политики.

Повышенная прозрачность играет важную роль в управлении ожиданиями общественности и поддержке большего реализма в отношении налогово-бюджетной политики. Так, в последние годы достигнуты позитивные результаты в сфере открытости бюджетной системы, включая расширение участия граждан в бюджетном процессе. Начиная с 2013 года все уровни управления – федеральный, региональный, муниципальный – публикуют «Бюджеты для граждан», которые подразумевают раскрытие информации об исполнении бюджетов в доступной для населения форме. Кроме того, в рамках государственной интегрированной информационной системы «Электронный бюджет» с 2015 года начал функционировать Единый портал бюджетной системы Российской Федерации [2]. В 2019 году в связи с реализацией национальных проектов, подробное описание которых в доступной для населения форме размещено на портале Правительства Российской Федерации, Счетная палата Российской Федерации на ежеквартальной основе представляет анализ их реализации.

Еще одним важным аспектом фискальной коммуникации является повышение понимания общественностью бюджетных правил и, таким образом, их принятие. В России бюджетные правила впервые были введены в 2004 году и неоднократно корректировались. Согласно действующему бюджетному правилу, дополнительные доходы федерального бюджета от нефтегазового комплекса аккумулируются в государственном резервном фонде – Фонде национального благосостояния России (ФНБ). ФНБ позволяет государству исполнять свои обязательства в случае резкого падения цен на нефть путем компенсации потерь нефтегазовых доходов накопленными резервами. Стоит отметить, что до достижения объема фонда отметки в 7% ВВП его

нельзя инвестировать в иные финансовые активы, за исключением начатых до 1 января 2018 года самокупаемых инфраструктурных проектов. По состоянию на 01.09.2019 размер ФНБ составил 7,5% ВВП, что эквивалентно 8,2 трлн рублей или 122,9 млрд долл. США, и на данный момент вопрос об использовании средств сверх 7% ВВП является очень актуальным [6]. Неоднозначные мнения относительно использования средств ФНБ сверх 7% может снизить доверие граждан. В коммуникациях властям необходимо четко объяснить конечные цели и роль принятых решений [8].

Кроме того, одними из самых сложных вопросов в коммуникациях с общественностью являются вопросы реформирования пенсионной системы. В связи с увеличением продолжительности жизни и одновременным увеличением доли пожилых людей, что в свою очередь приводит к росту налоговой нагрузки на трудоспособное население, в России с начала 2019 года был повышен пенсионный возраст. Данный шаг правительства был вызван недовольством широкой общественности, что говорит о неподготовленности населения к подобным реформам и слабой разъяснительной кампании.

Отдельным вопросом в информационной политике является коммуникация властей с населением во время кризисов. Несмотря на то, что любая экономическая политика нацелена на минимизацию риска кризисов, устранить данный риск невозможно. Знание того, какие действия необходимо принимать во время кризиса, так же важно, как и реализовать правильную коммуникативную стратегию.

Примером качественной коммуникации в России можно назвать действия Банка России при поддержке Правительства Российской Федерации во время кризиса 2014 года. Быстро разработанный властями комплекс мер по стабилизации, а также резкое повышение ключевой ставки денежно-кредитной политики сопровождалось информационной политикой. Банк России лидировал в сфере коммуникаций, но выиграл благодаря громкой поддержке со стороны правительства. Председатель Банка России Эльвира Набиуллина объяснила, как решительные меры помогли избежать более глубокого кризиса. В то же время она ясно дала понять, что экономика должна будет адаптироваться к «новой реальности», подчеркнув необходимость дальнейшей корректировки. Эта комбинация сильных действий и умелых коммуникаций помогла стабилизировать экономику и финансовую систему [3].

Таким образом, в России в настоящее время продолжается процесс формирования коммуникативной стратегии фискальных властей. В данном направлении сделано многое: активно идет процесс повышения прозрачности действий Правительства Российской Федерации и открытости данных. Вместе с тем, большое количество источников государственной информации создает сложности в поиске необходимых данных, а отсутствие четких и полных разъяснений по принятым мерам может снизить доверие граждан.

Литература:

1. Малахова О.В., Суханова В.А. Информационная открытость деятельности органов государственной власти: региональные практики // Среднерусский вестник общественных наук. 2015. № 2. С. 83–91.
2. Чулков А.С. Повышение открытости бюджетной системы Российской Федерации путем формирования «Бюджета для граждан» // Финансы и кредит. 2015. № 28. С. 14–22.
3. Stankova O. I. *Frontiers of Economic Policy Communications*. Washington, DC: International Monetary Fund, 2019. – 73 p.

4. Администрация Президента России [электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://kremlin.ru/events/president/news/60795>. – (Дата обращения: 19.10.2019).
5. Задайте вопрос Максиму Орешкину. Онлайн на РБК [электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.rbc.ru/economics/17/10/2019/5d9cf26c9a7947e0815d7de7>. – (Дата обращения: 19.10.2019).
6. Министерство финансов Российской Федерации. Фонд национального благосостояния [электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.minfin.ru/ru/performance/nationalwealthfund>. – (Дата обращения: 19.10.2019).
7. Портал открытых данных Российской Федерации [электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://data.gov.ru/o-proekte>. – (Дата обращения: 19.10.2019).
8. How to restore trust in governments and institutions [электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://theconversation.com/how-to-restore-trust-in-governments-and-institutions-106547>. – (Дата обращения: 19.10.2019).

УДК 316.77, ББК 60.0

И.Д. Летюхин, П.С. Покидько
Ivan Letyukhin, Pavel Pokidko
iletukhin@yandex.ru, pavel.pokidko.85@mail.ru

Коммуникативные стратегии предприятий при восстановлении социальной инфраструктуры на Карельском перешейке после Великой Отечественной войны*

Communicative strategies of enterprises in the restoration of social infrastructure on the Karelian isthmus after the great Patriotic war

*Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»
National Research University Higher School of Economics*

В докладе рассматривается история взаимодействия предприятий целлюлозно-бумажной промышленности, расположенных на Карельском перешейке, с отраслевыми и местными органами власти в послевоенный период. Описывается ситуация с развитием социальной инфраструктуры и порядок выделения ресурсов на нее.

Ключевые слова: Карельский перешеек, история, ЦБК.

The report examines the history of interaction between paper industry enterprises located on the Karelian isthmus, with sectoral ministries and local authorities after the Great Patriotic war. It describes the situation with the development of social infrastructure and the procedure for allocating resources to it. The research was carried out at the expense of a grant from The Russian Foundation for Basic Research (project No. 18-39-00030)

Keywords: Karelian isthmus, history, paper industry

В финский период истории Карельский перешеек сформировался как развитый промышленный регион. Наличие дорог, гостиниц, спортивных, общественных и увеселительных заведений позволило сделать комфортными условия проживания, что привлекало к работе на производстве высококвалифицированных специалистов. Быстрое развитие инфраструктуры обеспечивалось за счёт направления части доходов предприятия на развитие населенных пунктов. К примеру, в 1920-1930гг в поселке Йоханес была построена больница и дом отдыха, проложен асфальт на главных дорогах, проведено электрическое освещение улиц.

После Второй мировой войны в посёлке Йоханес сохранилась от финнов значительная часть социально-бытовой инфраструктуры. Особенностью её эксплуатации было то, что её обслуживание было закреплено за расположенным в поселке целлюлозно-бумажным комбинатом. Руководство предприятия обращало внимание союзного руководства, что оставление больших средств на предприятиях позволило бы эффективнее решать проблемы рабочих. Директор ЦБК Веригитин писал: «Вопросы бытового характера. Не являются частными вопросами от

* Исследование выполнено за счет гранта Российского Фонда фундаментальных исследований (проект № 18-39-00030)

производства от того полон или пуст желудок рабочего, зависит результат работы на производстве, от того спит ли на постели или валяется на грязном полу, так же в значительной мере зависит успех работы на производстве[1]. Несмотря на такие отчёты, до начала Косыгинских реформ, Москва редко выделяла средства на развитие инфраструктуры. Исключение составляли те случаи, когда проблемы достигали больших масштабов - к примеру, предоставление центром субсидий на строительство жилья или решение проблемы постройки водопровода, когда эпидемии в посёлках ЦБК на Карельском перешейке достигли больших масштабов. В остальных случаях ЦБК было件язано изыскивать денежные и материальные средства на восстановление и поддержание инфраструктуры. Для этого ему было предписано: «Во время восстановления предприятия оставить самую минимальную силу» [2]. Кроме этого на восстановление посёлка Йоханнес выделял 220 т.р на «строительство бани ввиду крайней необходимости, ремонт школы и амбулатории, домов, дорог [3]. В дальнейшем эти суммы увеличивались с каждым годом. Работы осуществлялись с привлечением материалов, закупленных комбинатом и его рабочими. Руководству комбината приходилось решать проблемы недоделок в уже построенных домах - пронумеровать дома в посёлке, или установить лестницы к чердакам в бараках, обеспечить их ящиками с песком, лопатами, ведрами» [4]. Из-за ограниченной сметы, жилые дома и общественная инфраструктура имела массу недоделок, так как приёмка домов производилась без привлечения специалистов.

Сложившаяся ситуация была результатом форсированного восстановления производства, на которое шли все средства. Внимание к бытовым нуждам задержали бы восстановление производства. Местных жителей старались привлекать к работам по восстановлению посёлка. Каждая домохозяйка и рабочий должны были отработать на благоустройстве по 6-8 часов в неделю [5].

Наличие больницы, школы, клуба при предприятиях в СССР, позволяло привлечь и удержать на производстве квалифицированных специалистов: главная задача инфраструктуры была в обслуживании интересов производства, а не местных жителей.

Обещание союзных властей тратить средства на благоустройство посёлков ограничилось разовыми акциями, которые позволяли решить отдельно взятые проблемы. При этом такая политика не позволяла поддерживать в работоспособном состоянии инфраструктуру посёлка. В результате, кроме мест за которыми следили местные жители (парки и дворы у отдельно взятых домов), посёлок находился в плачевном состоянии. Ситуация не изменялась так как при сложившейся системе хозяйствования не могло быть иначе. Местным жителям оставалось только писать письма в местные газеты с надеждой на то, что их опубликуют и на эти проблемы обратят внимание.

Литература:

1. Доклад директора о ходе восстановительных работ на совещании партийно-хозяйственного актива/ ЛОГАВ, Ф. Р-69 Оп 2.Д.7.Л.21
2. Сметы поселкового Совета и сети на 1946 год /ЛОГАВ, Ф. Р-69 Оп.2 Д.6, Л.1.
3. Книга протоколов заседаний исполнительного комитета поселкового Совета депутатов трудящихся за 1947 г./ЛОГАВ, Ф. Р-14 Оп.2. Д.10, Л.15.
4. Там же. Л.22.
5. Жильцы благоустраивают двор/ Выборгский большевик, 18 июня 1948г № 119 (709)

**Роль экспертного сообщества как негосударственного субъекта
стратегической коммуникации ЕАЭС**
**The role of the expert community as a non-state subject of the EAEU strategic
communication**

*Санкт-Петербургский государственный университет
Saint Petersburg State University*

В статье рассматривается роль экспертного сообщества в системе стратегических коммуникаций государств и международных организаций на примере Евразийского Экономического Союза. Делается вывод о том, что сама идея ЕАЭС - есть попытка выстроить новую модель стратегической коммуникации со странами постсоветского пространства. А эксперты и экспертные институты являются и целевой аудиторией стратегических коммуникаций в рамках ЕАЭС, и сами изучают стратегические коммуникации стран-участниц ЕАЭС и выделяют целевые группы и работают с ними. В статье анализируются результаты двух исследований экспертного сообщества стран ЕАЭС, сделанных при участии Евразийской Экономической Комиссии.

Ключевые слова: ЕАЭС, экспертное сообщество, стратегическая коммуникация, целевая аудитория, постсоветское пространство.

The article discusses the role of the expert community in the system of strategic communications of States and international organizations on the example of the Eurasian Economic Union. It is concluded that the idea of the EAEU is an attempt to build a new model of strategic communication with the countries of the former Soviet Union. And experts and expert institutions are the target audience of strategic communications within the EAEU, and they themselves study the strategic communications of the EAEU member States and identify target groups and work with them. The article analyzes the results of two studies of the expert community of the EAEU countries, made with the participation of the Eurasian Economic Commission.

Keywords: The Eurasian Economic Union, expert community, strategic communication, target audience, the Post-Soviet space.

Вокруг понятия «стратегическая коммуникация» ведутся серьезные дискуссии, хотя, в целом, научное сообщество пришло к определённом пониманию и истолкованию этого термина. Разночтения проявляются лишь в утрировании разными авторами одного или другого аспекта стратегической коммуникации. Общим является понимание стратегических коммуникаций как предельно широкой по своему охвату деятельности, связанной с достижением стратегических целей [1]. Одно из классических определений стратегической коммуникации было дано известным исследователем RAND Corporation Кристофером Полом. По его мнению, стратегические коммуникации представляют собой «скоординированные действия, сообщения, образы и другие виды оповещения и вовлеченности, направленные на информирование, влияние и убеждение определенных целевых аудиторий в поддержку целей государства» [2].

Основным объектом воздействия стратегической коммуникации является определённая целевая аудитория. Целевых аудиторий, как правило, несколько, и внимание к ним распределено неравномерно. Если рассматривать внешнеполитический аспект стратегических коммуникаций государств и международных организаций, то такой аудиторией являются, прежде всего, элиты (политические, экономические, научные, культурные и т.д.) тех государств, в отношении которых предпринимаются соответствующие действия [3]. Ожидаемый

эффект заключается в формировании устойчивых представлений относительно направлений деятельности, методов и ценностей страны (или организации) – объекта. В конечном итоге это должно способствовать легитимации статуса и политики государства/организации – объекта в глазах других стран и всего мирового сообщества. А также – должно формировать положительный имидж объекта (государства/организации). Не стоит также забывать, что само выявление целевых аудиторий тоже входит в процесс стратегических коммуникаций. Именно поэтому стратегические коммуникации осуществляются в трёх основных формах: связи с общественностью, публичная дипломатия и информационная операция. Причем в идеале, все три направления должны развиваться синхронно.

Рассматривая Евразийский Экономический Союз (ЕАЭС) как кейс по применению стратегической коммуникации в интеграционном тренде международного развития, можно сделать вывод, что сама идея ЕАЭС - есть попытка выстроить новую модель стратегической коммуникации со странами постсоветского пространства с целью получения экономических и политических преференций. Предыдущие попытки (СССР, СНГ) окончились неудачей. И ЕАЭС – не только новый интеграционный уровень для стран-участниц, но и новая попытка геополитической легитимации постсоветского пространства, и ребрендинг этого пространства с точки зрения возрожденных «евразийских ценностей».

Поскольку мы уже отметили, что в рамках стратегических коммуникаций происходит выявление целевых аудиторий и работа с ними, а также то, что наиболее ценными в аспекте реального влияния на процесс принятия решений и формирования умонастроений являются элиты, то и в случае ЕАЭС следует рассматривать различные виды элит. Но поскольку речь идет не только о стратегических коммуникациях одного государства в отношении другого (других), но об осуществлении их в рамках интеграционного объединения и вовне, то сформированным и вовлекаемым в процесс стратегических коммуникаций можно считать экспертное сообщество. Экспертное сообщество (как в индивидуальном порядке, так и в институализированных формах аналитических центров и «фабрик мысли») можно рассматривать и как совокупное выражение позиции широкой общественности относительно интеграционного проекта ЕАЭС, и как рефлексию властных элит по этому вопросу. Кроме того, на примере работы с экспертами можно проанализировать перспективу формирования единого экспертного сообщества, что также могло бы стать элементом ребрендинга старых-новых евразийских ценностей.

Этот анализ был проведён российским «мозговым центром» - Некоммерческим партнёрством «Российский Совет по международным делам» (РСМД). Исследование проводилась в рамках большой научно-исследовательской работы «Разработка эффективных коммуникативных моделей взаимодействия Евразийской экономической комиссии с экспертным сообществом и широкой общественностью стран Евразийского экономического союза и зарубежных стран в публичной сфере». Результаты этого анализа представлены в отчете, первая часть которого посвящена анализу экспертной среды государств-членов ЕАЭС.

Основные выводы (на ноябрь 2016 г):

1. «Понятия «экспертное сообщество стран ЕАЭС» в настоящее время на едином экономическом пространстве стран Союза не существует. В каждой стране ЕАЭС сформированы свои экспертные группы, которые внутри собственного сообщества разрабатывают проблематику евразийской экономической интеграции» [4].

2. Эти группы преимущественно существуют и развиваются как закрытые системы.

3. Регулярного, системного обмена информацией между экспертными группировками в странах ЕАЭС не происходит.

4. Сообщества экспертов в каждой из стран также неоднородны. Выделяется несколько подгрупп: - страновая (эксперты изучают возможности для своей страны в контексте евразийской интеграции), - молодежная (подразумеваются молодежные движения и клубы, рассматривающие интеграцию, как правило, как привлекательную идеологию для объединения молодых инициативных людей), - политологическая (преобладающая в странах ЕАЭС; подразумеваются сообщества или НКО политологов и 22 специалистов по «мягкой силе», которые рассматривают Союз как политический проект), - экономическая (вопреки специфике ЕАЭС, это сообщество экспертов самое малочисленное).

Причиной отсутствия на пространстве ЕАЭС единого экспертного сообщества по тематике евразийской экономической интеграции называется также отсутствие системообразующей инфраструктуры, которая создавала бы условия для регулярной коммуникации экспертов из стран ЕАЭС [4].

В результате ЕЭК было поручено выстроить более тесные коммуникационные связи с экспертным сообществом. Была отмечена важность получения информации экспертами «из первых рук» (от чиновников ЕАЭС), а не только из средств массовой информации. Также были предложены формы работы по продвижению адекватного представления о ЕАЭС среди населения и экспертного сообщества стран-участниц. К ним относятся традиционные формы контактов ЕЭК - семинары, вебинары и круглые столы. Для создания экспертной сети было предложено проведение зимних и летних «школ» для экспертов из стран Союза. Участники этих школ впоследствии стали бы не только источниками достоверной информации, но и формировали бы на местах «мозговые центры» и дискуссионные площадки по проблемам евразийской интеграции. Также было высказано предложение создания «образовательного измерения евразийской интеграции» в сети ВУЗов.

Второй проект по анализу экспертного сообщества в странах ЕАЭС был проведён также в 2016 году РСМД в сотрудничестве с Международным Евразийским центром науки, образования и инноваций Северо-Западного института управления (РАНХиГС) при Президенте РФ. Однако, этот проект исследовал прежде всего наличие (количественные показатели) и основные направления деятельности аналитических центров стран ЕАЭС. Было проанализировано 76 организаций, соответствующих статусу «мозгового центра». «Среди участвовавших в исследовании аналитических

структур большинство, а именно 60% «мозговых центров», назвали приоритетным направлением внутреннюю политику собственной страны. Деятельность только лишь 20% центров посвящена международным вопросам широкого спектра, 20% «фабрик мысли» занимаются преимущественно изучением постсоветского пространства» [5].

Экспертами были определены позитивные и негативные стороны развития аналитических центров стран ЕАЭС. К позитивным были отнесены: стремление усилить свою вовлеченность в процесс принятия решений путем генерирования специальных знаний, способных стать полезными для лиц, принимающих решения; вовлечение сотрудников с высокими академическими показателями, научными степенями, ориентированных на политическую и экономическую проблематику.

Негативные выражаются: фрагментарностью и бессистемностью развития, слабыми горизонтальными связями, дублированием тематики исследований; низкой активностью в информационном пространстве.

На 2019 год подобных полномасштабных исследований экспертного сообщества ЕАЭС не проводилось. Но на основе личного опыта и изучения аналитических материалов по евразийской интеграции можно сделать вывод, что имеют место позитивные тенденции. Они выражаются:

- в развитии проектов публичной дипломатии в рамках мероприятий российских неправительственных организаций – Фонда публичной дипломатии имени А.Горчакова и РСМД;

- появлением в информационном пространстве порталов общественных движений и экспертных групп. Среди них: Евразийское движение Российской Федерации; Центр Евразийских исследований, Византийский клуб, Евразийский коммуникационный центр, Мастерская евразийских идей, Евразия. Эксперт, Евразийское развитие, Евразийский аналитический клуб, Деловая Евразия и другие;

- в создании Евразийского информационно-аналитического консорциума (ЕИАК) – объединение экспертных и образовательных организаций государств-членов, созданное 17 апреля 2018 года на базе Ассоциации содействия развитию аналитического потенциала личности, общества и государства «Аналитика», Финансового университета при правительстве Российской Федерации и Института научной информации по общественным наукам Российской академии наук. Основная цель ЕИАК – содействие повышению эффективности интеграционных процессов стран ЕАЭС на основе их качественного информационно-аналитического обеспечения.

- при поддержке ЕЭК создан ряд образовательных проектов по изучению евразийской интеграции. В них участвуют Санкт-Петербургский государственный экономический университет (СПбГЭУ), Московский государственный институт международных отношений (университет) МИД РФ, Армянский государственный экономический университет, Белорусский государственный университет, Евразийский национальный университет, Академия государственного управления при Президенте Кыргызской Республики, Казанский федеральный университет, Санкт-Петербургский государственный университет, Саратовский государственный университет, Оренбургский государственный университет и другие.

Литература:

1. Богданов С. Стратегические коммуникации: концептуальные подходы и модели для государственного управления//Государственное управление. Электронный вестник. 2017, № 61. С.135
2. Paul Chr. Strategic Communication: Origins, Concepts, and Current Debates. Santa Barbara, CA: ABC-CLIO, 2011, P. 17.
3. Бурлаков В. Стратегическая коммуникация как метод современной геополитики//Ойкумена, 2016, № 2. С.10.
4. Разработка эффективных коммуникативных моделей взаимодействия Евразийской Экономической комиссии с экспертным сообществом и широкой общественностью стран Евразийского Экономического Союза и зарубежных стран в публичной сфере. //Отчет РМСД (<http://www.eurasiancommission.org/ru/NIR/Lists/List/Attachments/189/%D0%9E%D1%82%D1%87%D0%B5%D1%82%20%D0%9D%D0%9F%20%D0%A0%D0%A1%D0%9C%D0%94%20%D1%8D%D1%82%D0%B0%D0%BF.pdf>) 2016, Просмотрено: 20.08.2019
5. Шамахов В.А., Вовенда А.В., Корягин П.А. Основные направления деятельности экспертно-аналитических центров (Think tanks) государств-партнеров по ЕАЭС.//Управленческое консультирование, 2016, №8,С.15-24. (<https://www.acjournal.ru/jour/article/view/382/383>) Просмотрено: 21.08.2019

УДК 304.44, ББК 60.84

Р.А. Иванова
Rimma Ivanova, agraphari@gmail.com

Event коммуникация бизнеса и государственных структур: современный тренд
Event communication of business and government structures: a modern trend

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

Рассматриваются возможности взаимодействия бизнеса и государственных структур посредством event коммуникаций. Определяются цели и задачи event коммуникаций, как для коммерческих организаций, так и для органов государственного и муниципального управления. Подчеркивается значимость event коммуникаций, которые становятся трендом современного сотрудничества государства и бизнеса.

Ключевые слова: Event коммуникация, бизнес, государство, паблицитный капитал, репутационная составляющая, социальные проекты

Opportunities of interaction between business and state structures through event-communications are considered. The goals and objectives of event communications are defined both for commercial organizations and for state and municipal authorities. The importance of event-communications, which become a trend of modern cooperation between the state and business, is stressed.

Keywords: Event communication, business, state, public capital, reputational component, social projects

В современном обществе event коммуникации становятся разнообразными, многосторонними и охватывают широкий спектр включенных акторов. «Событийная коммуникация превращается в самостоятельную отрасль PR-деятельности и изучение методов ивент-менеджмента – одно из самых перспективных и актуальных направлений на сегодняшний день» [3, с. 349].

Event коммуникация преследует различные цели и осуществляется в различных сферах бизнеса и политики [4, с. 54].

В зависимости от цели, которую преследует бизнес, осуществляя event коммуникацию, проводимые мероприятия можно объединить в три группы: Trade events, Special events, Hr events [1, с.251]. Каждая из групп мероприятий рассчитана на привлечение определенного сегмента целевых аудиторий: от потенциальных бизнес – партнёров и спонсоров до отраслевых СМИ и конечного потребителя.

Event коммуникация с государственными структурами позволяет бизнесу упрочить свое положение в отрасли, продемонстрировать себя как компетентная организация и достойный партнер для деловых отношений, при этом расширяется присутствие в информационном поле за счет высокой степени интереса медиа к мероприятиям такого формата.

Взаимодействие бизнеса с государственными и муниципальными структурами посредством event коммуникаций осуществляется по двум траекториям, в зависимости от того, кто является инициатором специального мероприятия. В случае если специальное мероприятие инициировано самой бизнес-структурой, то Государство может привлекаться в качестве партнера или спонсора, для чего требуется предварительный мониторинг возможностей субсидирования Государством мероприятий и событий в той или иной отрасли. На государственном уровне регулярно осуществляются всевозможные конкурсы инициатив и грантов, а также тендеры по различным темам, касающимся реализации государственных программ и проектов. Если бизнес позиционирует себя как социально-ответственный и в рамках его деятельности осуществляются общественно-полезные или социальные проекты, то такая бизнес-структура может участвовать в государственном тендере на субсидирование для реализации своего проекта или проведения мероприятия. Основными сферами государственного субсидирования являются проекты, относящиеся к культуре, науке и спорту или к другим социально-значимым направлениям.

Вовлеченность государственных и муниципальных структур в event коммуникации с бизнесом, не только способствует его репутационным и финансовым приращениям, но и обязывает бизнес неоспоримо соблюдать достигнутые договоренности, в частности, прозрачную отчетность по распределению бюджета и эффективности проводимых мероприятий, согласованный регламент, взаимодействие с аккредитованными СМИ и компаниями-партнерами. Несмотря на это, event коммуникация с государственными структурами, инициированная бизнесом, это взаимовыгодное сотрудничество, так как способствует укреплению позитивного имиджа самого Государства в контексте поддержки бизнеса и общественных инициатив.

Вторая траектория осуществления event коммуникации бизнеса и Государства, это инициативы органов государственной власти по организации или проведению масштабных мероприятий, в том числе и международных, например, «Год Культуры» (2014 г.) или Чемпионат Мира по футболу в России (2018 г.). Бизнес очень заинтересован участвовать в реализации подобных инициатив Государства, так как вовлеченность в масштабное, позитивное, поддерживаемое на государственном уровне мероприятие повышает степень узнаваемости бизнес-структуры на рынке и укрепляет ее репутацию в глазах целевой общественности. Помимо этого, участие в государственных проектах предоставляет возможность бизнесу продемонстрировать государственным структурам свою социальную ответственность и полезность.

В процессе подготовки и реализации государственных проектов, формируется коммуникация между государственными и бизнес-структурами, так же и индустрией, в сфере которой осуществляется проект. Для бизнеса, который преследует репутационные цели, вовлеченность в государственные проекты предоставляет широкие перспективы, не только для укрепления своего репутационного капитала и

повышения имиджевой составляющей, но и для решения своих непосредственных бизнес-целей.

Таким образом, event коммуникация бизнеса с государством становится эффективным каналом воздействия коммерческих компаний на целевые аудитории и, соответственно, способствует росту лояльности к бизнес-структурам со стороны целевой общественности [2, с.5]. Помимо этого, event коммуникация с государственными органами это возможность для позиционирования бизнес-структур, улучшения их репутации, а также выход на новые, в том числе международные рынки. В результате, поддержание государственных проектов и продвижение мероприятий с государственным участием становится одной из стратегических задач, стоящих перед бизнесом в процессе их роста и развития.

Литература:

1. Анашкина Н.А. Event-marketing: коммуникационный тренд в рекламе//Омский научный вестник, №5(122), 2013 – С. 250-253
2. Козлова О. А. Событийный маркетинг как инструмент повышения лояльности потребителей: алгоритм на основе жизненного цикла // Концепт. –2016. – Спецвыпуск № 04. – ART 76053 – 0,3 п. л. – URL: <http://e-koncept.ru/2016/76053.htm>. – ISSN 2304-120X.
3. Михайловская Е.С. Обзор теоретических исследований и практических рекомендаций в области событийного менеджмента // Гуманитарные научные исследования. Издательство: Международный научно-инновационный центр (Москва) eISSN: 2225-3157 Номер: 10 (62) Год: 2016 – С. 349-353.
4. Саркисян О.А., Берулава А.Л., Агаева С.Т., Event-мероприятия как основа интегрированных маркетинговых коммуникаций// Коммуникология: электронный научный журнал. Том 2. №2.2017. С. 53-62.

УДК 323.22+316.3/4, ББК 60.54

А.С. Сафонова

Anna Safonova, merry.pr@yandex.ru

Интернет-пространство как фактор роста гражданско-политической активности российской молодежи

Internet as a growth factor of civil and political activity of Russian youth

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

Текущий социально-политический дискурс формирует неугасаемый интерес к процессу развития и становления гражданского общества в России. В статье автор рассматривает проблемы формирования гражданско-политического потенциала российской молодежи в интернет-среде. Определяются основные причины гражданской отчужденности и абсентеизма молодежи в практиках реальной, а не виртуальной активности, обращается внимание на происходящие изменения в структуре общественной коммуникации и формирование гражданского общества «виртуального» типа. За последнее десятилетие интернет-пространство сумело выступить фактором роста гражданской активности молодежи даже в условиях аномичной структуры гражданского общества. Тем не менее, только «виртуальное» участие молодежи без использования традиционных и конвенциональных практик не может говорить в пользу формирования культуры участия.

Ключевые слова: интернет, молодежь, сетевые коммуникации, политическая активность, гражданское общество, власть.

The current socio-political discourse forms an unquenchable interest in the process of the development of a civil society in Russia. In the article, the author examines the problems of the formation of the civil-political potential of Russian youth in the Internet environment. The main causes of civic alienation and absenteeism of young people in the practices of real rather than virtual activity are determined, attention is paid to the changes in the structure of social communication and the formation of a civil society of a “virtual” type. Over the past decade, the Internet space has been able to act as a factor in the growth of civic activity of young people, even in the context of the anemic structure of civil society. However, only “virtual” youth participation without using traditional and conventional practices cannot speak about the prospects of forming a participatory culture.

Keywords: Internet, youth, network communications, political activity, civil society, power.

В современном обществе молодежь является самой активной частью населения, стремящейся реализовать себя в различных социальных, экономических и культурных проектах. Характер молодежной проблематики связан с особенностями ее роли и места в социальной общественной структуре. С процессом трансформации российского общества в сторону информационной составляющей, ростом дигитализации и конвергенции современных медиа, особое значение приобретают вопросы, связанные с эффективным использованием онлайн среды как инструмента поддержки гражданско-политического потенциала современной молодежи. Сегодня консолидация молодого поколения в медийном пространстве – это актуальный способ формирования общественной нормы социальной ответственности и поддержки гражданской активности [1].

Текущие процессы экономической модернизации определили тенденции и установки формирования конкурентной и автономной личности, которая активно инвестирует в развитие человеческого потенциала, выдвигая на первый план понятия автономии и индивидуализма. Действительно, общество постмодерна диктует модель потребительского поведения, когда можно видеть безразличное, а иногда и насмешливое отношение к гражданским, социальным и экологическим проблемам. На этом фоне отмечается стратегия доминирования государства и встраивания гражданского общества в общественно-политическую систему, когда основными гарантами общественных преобразований оказываются элитарные группы, а не граждане.

В данной ситуации важной задачей российского государства должно стать преодоление гражданской отчужденности и абсентеизма в молодежной среде. Молодежь как особая социальная группа имеет важное значение в общественной жизни, и политический абсентеизм, стремительно распространяющийся среди нее, оказывает крайне негативное влияние на социально-политическую жизнь, как всей страны, так и отдельного города, и района [2, с.232].

Одним из возможных факторов формирования гражданско-политической отчужденности может являться то, что, во-первых, молодежь менее склонна, чем старшее поколение, рассматривать вопрос об участии в политике как гражданский долг. Недостаток релевантной политической коммуникации, направленной на данную целевую аудиторию, приводит к замкнутому кругу: из-за низкого уровня участия молодежи политические акторы не уделяют первоочередного внимания ее потребностям при разработке манифестов, ключевых сообщений, программ, что, в свою очередь, способствует разочарованию молодежи в политике.

Во-вторых, молодежь является одним из самых экономически незащищенных слоев населения. Неустойчивость материального положения и необходимость повседневного выживания, проблемы с трудоустройством и жилищной политикой не оставляют времени, желания и сил на включение в широкий спектр социально-политических процессов и частично объясняют столь высокий уровень политической пассивности.

В-третьих, существуют объективные проблемы современного электорального процесса. Так, например, Е. Н. Давыборец обращает внимание на отсутствие традиции использования рациональных политических технологий, невнимание избирателей к политическим программам кандидатов и отсутствие реальной политической конкуренции [3].

Отметим, что все попытки создания как провластных, так и оппозиционных молодежных политических организаций оказались неэффективными. Прогрессивная молодежь быстро осознала, что она умело используется в качестве электорального инструмента и не в состоянии стать реально действующим субъектом политического процесса. Предпринятые меры активизации потенциала – создание Молодежных парламентов, Молодежных коллегий, Молодежных избирательных комиссий на практике оказались популистскими, несистемными и не оказали значительного влияния на преодоление абсентеизма.

В сложившейся ситуации растущей атомизации российского общества актуализируется роль и значение молодого поколения, которое характеризуется высоким уровнем открытости к освоению новых практик гражданского участия и взаимодействия, чему способствуют развитие информационного общества и нарастающие процессы глобализации. Именно молодежь наиболее активно включается в современные социальные процессы и является двигателем развития гражданского общества информационного типа, транслируя новые образцы гражданского поведения. Так, происходит постепенное формирование института социального служения как динамичной, виртуальной системы, которая с каждым годом вовлекает в себя все большее количество активистов.

Как справедливо отмечают А.Е. Белянцев и А.В. Лымар, сегодня активно формируются такие новые субъекты гражданского общества, как сетевые сообщества, цель которых – общение в режиме онлайн для решения реально существующих социальных проблем [4, с.286]. Сетевые сообщества обеспечивают рост участия молодежи в общественном служении, волонтерской деятельности и т.д.

В условиях роста популярности новых медиа, в т.ч. социальных сетей, радикально меняется не только структура общественной коммуникации, но и формируется новый «виртуальный» тип гражданско-политического «активизма». Интернет усиливает эмоциональную и развлекательную направленность контента, дает ему возможность эмоционального воздействия и чувственного восприятия, что, вместе с тем, обуславливает необходимость развития у молодого поколения навыков рационального и критического мышления [5].

Несмотря на слабость гражданского общества и довольно низкий уровень доверия граждан к общественным институтам [6], Россия не отстает от развитых стран по уровню развития интернета и, в частности, социальных сетей. По числу пользователей интернета и количеству времени, проведенному в социальных сетях, на форумах и в блогах Россия является одной из самых «социально-сетевых» стран в Европе [7]. Никогда ранее молодежь не имела такой возможности участия в общественно-политической жизни страны.

Российское «виртуальное» гражданское общество, представленное блогами, сайтами, сетевые сообществами, расцвело к началу 2010 г. Итогом данного процесса стал взрыв гражданской активности населения с 2011 по 2012 годы. Именно в тот период активные пользователи интернета сыграли заметную роль в разоблачении фальсификаций в ходе избирательного цикла 2011-2012 гг. Фото и видео с доказательствами нарушений выборного законодательства, снятые на камеру мобильного телефона и размещенные в сети, сформировали новый формат информационной среды, который в корне противоречил «традиционной» новостной политической повестке. Акции протеста, активными участниками которых стала российская молодежь, которая ранее никогда не участвовала в работе институтов гражданского общества, но в кратчайшие сроки оказалась мобилизована через интернет, прошли в сотнях городов России.

С ослаблением влияния традиционных СМИ произошла постепенная трансформации теории повестки дня (agenda-setting), предложенная в 70-е годы XX века Максвеллом МакКомбсом и Дональдом Шоу, основной постулат которой выразил Б. Коэн «пресса с трудом может навязать людям, что думать, но она с большим успехом говорит им, о чем думать» [8, р. 13].

Гражданско-политическая культура участия переживает объективные трансформации. Теперь это онлайн мир, где власть уже (или «пока») не имеет монополии на создание контента. Сегодня любое, даже малобюджетное вирусное видео, может приносить больший охват аудитории, чем телевидение.

К сожалению, сегодня государственные институты оказываются неготовыми использовать данный потенциал, открывать новаторские инструменты распространения своих сообщений, привлечения граждан к диалогу, расширения спектра патриотического контента. Выборным лицам и гражданским активистам следует использовать интерактивные возможности интернет-среды для привлечения сторонников, проведения политических дебатов и онлайн конференций. Только это поможет интегрировать общественно-политический дискурс в повседневную жизнь молодежи.

Учитывая специфику молодого поколения, мы можем определить следующие, на наш взгляд, наиболее важные инструменты формирования и поддержания гражданско-политического «активизма»:

1. Создание уникального и креативного текстографического, фото- и видеоконтента для распространения в социальных сетях (Вконтакте, Instagram, Youtube, Twitter и др.);

2. Создание и продвижение гражданскими активистами влогов и каналов на портале Youtube (в т.ч. организация съемок сюжетов, использование потокового видео, применение формата интервью с лидерами общественного мнения, проведение вебинаров и т.п.);

3. Приглашение активных групп молодежи к участию в круглых столах, совещаниях, семинарах в целях повышения политической грамотности и обсуждения текущих актуальных проблем сферы молодежной политики.

При правильном подходе молодежь оказывается готова к быстрым переменам и созданию новых гражданско-политических институтов каким, например, является относительно новый для России институт наблюдателей на выборах, в работу которого вовлекаются активные слои молодежи.

В онлайн среде активно развиваются и внедряются с социум практики краудсорсинга и краудфандинга, как важные механизмы работы с коммуникативными потоками и организации общества в целом [9,10]. В частности, краудсорсинг способствует созданию множества горизонтальных сетей, как по всей стране, так и за ее пределами, быстрому и эффективному решению различных задач (реализации бизнес-идей, привлечения инвестиций, мобилизации ресурсов и т. д.), что обеспечивает очевидные сдвиги в области социальной модернизации и формирования общественного сознания нового типа.

Однако, несмотря на то, что интернет позволяет молодежи непосредственно участвовать в публичном дискурсе, не стоит забывать о том, что виртуальное пространство не является пространством «действия». «Виртуальное» участие носит, как правило, фрагментарный характер и определяется неустойчивостью связей, эпизодичностью, институциональной неподготовленностью, легкостью входа в коммуникацию и выхода из нее. Проявление только лишь онлайн активности без активности в уличных демонстрациях, на избирательных участках, в работе широкого спектра НКО и политических организаций является недостаточным для того, чтобы решить проблемы отчуждения и апатии.

Литература:

1. 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.
2. Казакова Е. О., Гагарина К. С. Политический абсентеизм российской молодежи // Инновационный потенциал молодежи: глобализация, политика, интеграция. – Екатеринбург, 2016. – С. 230-234.
3. Давыборец Е. Н. Выборы в России: институт демократии или атрибут автократии? // Социологические исследования. – 2015. – №. 10. – С. 49-56.
4. Белянцев А. Е., Лымар А. В. Интернет-пространство как фактор модернизации институтов гражданского общества // Вестник нижегородского университета им. НИ Лобачевского. – 2012. – №. 6-1. – С.284-287.
5. Зеленова А. Е. Необходимость медиаобразования в условиях современной медиасреды // Вопросы культурологии. – 2014. – №. 2. – С. 100-102.
6. Котляров С. Б., Кукушкин О. В., Храмова О. Е. Поиск эффективной модели взаимодействия государства и институтов гражданского общества // Социально-политические науки. – 2016. – №. 2. – С. 62-64
7. Сергеева Ю. Интернет 2017–2018 в мире и в России: статистика и тренды [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.web-canape.ru/business/internet-2017-2018-v-mire-i-v-rossii-statistika-i-trendy/> (дата обращения 05.09.2019).
8. Cohen В. The Press and Foreign Policy. Princeton: Princeton University Press, 1963. 288 p.
9. Скорнякова С. С. Краудсорсинг как новая коммуникационная технология // Технологии PR и рекламы в современном обществе. – 2018. – С. 186-192.
10. Сафонова А. С. Краудфандинг как метод фандрайзинга: российский опыт // Технологии PR и рекламы в современном обществе. Материалы XI Всероссийской научно-практической конференции. – СПб: Изд-во Политехн. ун-та, 2016. – С. 49-50.

Секция 4. Интеллектуальные среды и цифровая субкультура современного информационного общества
Intellectual environments and digital subculture of modern information society

УДК 316.7(476), ББК 60.523+60.59(4Бен)

C16

И.П. Салтанович
Irina Saltanovich, saltan@tut.by

**Цифровая среда как арена взаимодействия культур.
Новая ступень коммодификации**
Digital environment as an arena of cultural interaction. New stage of commodification

Минский государственный лингвистический университет
Minsk State Linguistic University

В статье рассматривается влияние цифровой среды, как нового пространственного измерения, на различные социальные аспекты виртуального пространства и реальную сферу жизни. Поднимается вопрос о взаимодействии культур в цифровой среде, их трансформации, неизменности или воссоздании. В ходе создания современного «культурного» продукта в цифровой среде происходит разрушение барьеров между профессионалами и любителями, что трактуется через новый термин «бриколаж». Через преобразование культурной ценности в рыночную в цифровом пространстве затрагивается процесс коммодификации.

Ключевые слова: цифровая среда, культура, виртуальное пространство, цифровая культура, коммодификация культуры, бриколаж, социальная экология.

The article dwells upon the influence of digital environment, being a new spatial dimension, on different social aspects of virtual reality and real life. The question is raised about the interaction of cultures within digital environment, their transformation, immutability or recreation. In the process of innovative “cultural” product creation within digital environment, the barriers between professionals and amateurs are being destroyed, this process is interpreted through the new term “bricolage.” In digital environment through the transformation of cultural value into market the process of commodification is being touched upon.

Keywords: digital environment, culture, virtual reality, digital culture, commodification of culture, bricolage, social ecology.

Глубокие изменения, возникающие посредством принятия и внедрения цифровых достижений, происходящих в экспоненциальном темпе, сильно влияют на современный социум. Революционные ресурсы характеризуются рядом новых технологий, распространяемых по всему миру, воздействующих на все сферы нашей жизни, включая культуру, экономику, социальные процессы. Стратегические последствия таких изменений крайне важны. Быстрые и значительные технологические достижения с новыми уникальными идеями лишней раз подчеркивают фантастический потенциал подключения миллиардов людей к цифровым сетям. По мнению Клауса Шваба мы находимся в начале революции 4.0, которая в корне меняет то, как мы живем, работаем и общаемся друг с другом [1]. Обретая новый статус, роль цифровых технологий, цифровое преобразование напрямую и косвенно также трансформирует, создает и преобразовывает ценностный мир.

В процессе виртуализации мир изменился в границах и масштабах - информация была дематериализована, виртуальное пространство изменило категориальность времени и пространства, огромные массивы информации стали относительно

легкодоступными для пользователей. Следовательно, сложные технологии, используемые в настоящее время, не стоит рассматривать просто как инструменты, которые помогают преодолеть нам определенные ограничения, а скорее следует рассматривать как среды.

Цифровая среда присутствует во всех аспектах нашей жизни. Сегодня мы используем «цифрой», уже не придавая ей особого значения и не замечая ее. Все – от бизнеса до систем управления работает через цифровые режимы. То есть появилось новое измерение - пространство - сфера - среда, которая ввела обновленные концепции и сместила некогда жесткие границы, и нам пришлось быстро научиться жить в ней и учиться анализировать динамичные изменения. На уровне междисциплинарном идет изучение влияния цифровой среды на различные социальные аспекты виртуального пространства, влияние на реальную сферу, а взгляды ученых на цифровую культуру изменились много раз за относительно короткий период времени.

Для науки важно понять, что будет означать распространение цифровых сетей для относительно устоявшихся культур в осязаемом мире и спрогнозировать, с какой-либо уверенностью, как культуры будут развиваться на цифровых платформах. Этот вопрос, несомненно, вызывает споры. Сторонники одного направления (школы) утверждают, что существующие культуры могут оказаться по существу воссозданными в цифровом виде, поскольку все более познавательная активность и первичный опыт, от глубоко аналитического до житейского, приобретает в цифровых пространствах. Вторая школа утверждает, что всепроникающая цифровая культура, возникающая сейчас, является отдельной культурой сама по себе. Должно быть, ни одна из версий этих воображаемых форм цифровой культуры не будет доминировать; вместо этого мы, вероятно, увидим некую двухкомпонентную комбинацию. Элементы существующей культуры появляются онлайн, как и в физическом мире, а части цифровой культуры возникают и будут появляться как прорыв, порой непостижимые, в силу того, что их просто не было, они доселе не существовали в материальном мире.

Следовательно, можно сделать вывод, что цифровая культура относится к знаниям, убеждениям и практике людей, взаимодействующих в цифровых сетях, которые могут воссоздать в них культуры материального мира или создавать новые штаммы культурной мысли и практики, свойственные цифровым сетям, тем самым ее формируя.

Марк Доуз (M. Deuze) - ученый из Амстердамского университета, стремился дать предварительное определение «цифровой культуры» в своей статье “Participation, Remediation, Bricolage: Considering Principal Components of a Digital Culture.” - «Участие, исправление, Bricolage: рассмотрение основных компонентов цифровой культуры». Анализируя академическую литературу, Дьюз высказал основную идею, что культура переходит в цифровые сети более или менее неповрежденной. Тем не менее, М. Доуз не думает, что цифровая культура - это просто воссоздание культуры физического мира в онлайн-пространствах, но он и не дает исчерпывающий ответ на возникающие вопросы. Насколько может измениться культура, когда определенные практики перейдут в онлайн? Насколько успешно существующие культурные основы

и ожидания могут быть перенесены без изменений? В своих размышлениях он не столько прогнозирует то, что произойдет со всей цифровой культурой, сколько обсуждает возможности. М. Доуз утверждает, что реальная практика цифровой культуры – это «выражение индивидуализации, постнационализма и глобализации» [2].

Также не следует забывать, что крупнейшие игроки цифровой среды преследуют прибыль как свою главную цель, и пользователи не могут влиять на них. Конфликт иррационального процесса символической креативности с подсчитывающей, накапливающей логикой современного капитализма лучше всего осмысливать через призму вопросов коммодификации культуры [3, с. 416 – 417].

Коммодификация культуры (commodification of culture) – исторический процесс, благодаря которому культурные объекты и услуги все больше производятся для продажи и покупки на рынках, расширяющихся во времени и пространстве, в котором экономическая ценность превалирует над культурной ценностью в способах передачи, описания, восприятия и реализации культурных выражений, опыта и объектов. В критической перспективе коммодификация может быть связана с негативными последствиями глобализации, вызывающими размывание «особости», региональной специфики и подлинности.

Цифровые технологии оказывают воздействие на культуру, прежде всего, через изменение механизмов социальных взаимодействий. Дигитализация создает необходимость изменения отношений собственности. Крис Андерсон, редактор журнала «Wired Magazine» предвидит цифровую экономику, где цены упадут до «нуля» [4]. Как следствие, компании, создающие продукт в цифровой среде, будут стремиться «достичь нуля первыми» с целью получения преимуществ первопроходцев и создания репутации, соизмеряясь с трафиком, который станет основной валютой, заменив деньги.

Можно предположить, что в целях создания «репутации» и преимущества «первопроходцев» технологические компании в процессе коммодификации используют творческие продукты, такие как музыка, игры и фильмы. Вследствие того, что они являются ключевым двигателем как технологических инноваций, так и их признания. Опора на культуру часто является определяющим фактором успеха новых технологических приложений и их проникновения на рынок.

Радикально меняется также природа культурного потребления; в цифровой среде оно первично по отношению к производству. Создаются предпосылки для изменения социального статуса создателя культурных ценностей. Диалог «человек-компьютер» меняет природу фундаментальных отношений «я – другие». Виртуальное пространство приобретает самостоятельное значение, в него переносится все больший набор взаимодействий, составлявших ранее ткань социальной реальности [5].

На практике цифровая культура «демократизируется» (что порой спорно или не вызывает восторга). Любители могут создавать продукты, которые бросают вызов популярности культурной продукции, производимой корпоративными конгломератами, оцениваемыми в сотни миллиардов долларов. Однако то, что

оказывается популярным, совсем не обязательно обладает высокой пробой, а порой и вовсе вызывает недоумение или возмущение.

Анализ М. Доуза приводит к выводу о разрушении в цифровой среде барьеров между профессионалами и любителями. Например, старые медиа обновляются, «перерождаются» или «возрождаются» в цифровой культуре, благодаря процессу создания, можно сказать, цифровых медиа-коллажей. Возможно этот «культурный коллаж» и заложил одним из смыслов Доуз в слово «бриколаж».

Bricolage - это французский термин, который в буквальном переводе означает «сделай сам», в более глубоком контексте добавляя, «комбинируй элементы, найденные в другом месте». Бильярдный термин «бриколаж» в культурологию впервые ввел основатель структурализма Клод Леви-Стросс. Он сравнил бриколажную логику с калейдоскопом, где новое образное единство и целостность возникает на основе осколков прежнего опыта. Большая часть цифровой культуры - это объединение существующего контента и нового культурного слоя, вырастающего зачастую из работы, выполняемой людьми, обладающими только любительскими навыками и доступными, незамысловатыми «инструментами», такими как смартфон и планшетный компьютер. Даже базовые модели таких помощников в творческом самовыражении были с достаточно широким диапазоном использования. Новая же версия компании Apple, например, Iphone 11 Pro оснащен OLED-экраном как уменьшенной копией топового профессионального монитора, набором из трех камер, позволяющих делать в умелых руках нечто магическое, классной видеокамерой.

«Производительная» мощность современных гаджетов столь высока, что позволяет идеям в современном культурном контексте оцифровываться порой прежде, чем они достигнут хоть какого-либо среднего уровня. Независимые производители постоянно предлагают новые опции программного обеспечения для редактирования видео- и аудио-, чем помогают создавать профессионально выглядящие популярные медиа продукты самостоятельно с минимальными навыками.

Так в цифровой среде процесс преобразования человеческой, социальной или культурной ценности в рыночную стоимость применительно к товарам, услугам, идеям и другим формам и продуктам человеческого творчества, которые изначально не обладают рыночной стоимостью, то есть процесс коммодификации, получил новую и даже неожиданную грань.

В работах исследователей цифровой культуры цифровую среду рассматривают как новую социальную экологию. Зачастую утверждение о том, что технологии влияют на различные аспекты культуры чрезмерно упрощено и слишком детерминировано, при этом, не являясь полностью ошибочным. Можно провести аналогию с изменениями в прошлом, которые вошли в жизнь человечества с появлением электричества. Следовательно, технические новшества вмешиваются в человеческую среду, в определенной степени модифицируя ее, изменяя тем самым условия существования разных культур (более или менее радикально). Они делают определенные методы устаревшими, в то же время, предлагая культурам новую канву встраивания, новый процесс возрождения и невиданный и неведомый доселе

инструментарий, как для традиционной культуры, так и для множественных экспериментов.

Изменения не провоцируются некоей внутренней технологической логикой. Они зависят от того, как социум принимает, применяет и как регулирует процессы внутри цифровых сред, тем самым порождая определенные социальные сдвиги. Например, рассматривая коммуникационную технологию, не следует забывать значительность и мощь ее воздействия, поскольку способ ее использования может повлиять на изменения в сущности наших коммуникативных и культурных моделей. Таким образом, технологии, связанные с информацией и коммуникацией, работающие в цифровой среде, нельзя рассматривать как пассивные инструменты, а скорее, как интерактивные системы, которые радикально изменяют наши когнитивные способности.

Новые практики появляются из новых возможностей, но законодательная система и политика, регулирующая эти практики, по-прежнему благоприятствует институциональной экологии, основанной на промышленном рынке. Экономист и футуролог Джереми Рифкин прогнозирует в цифровой среде переход от режима собственности (характеризующегося владением) к режиму доступа [6, Р. 163]. Основываясь на идее о том, что запас товаров в новой экономике не имеет смысла (из-за неустойчивости), рынки уступают место сетям, структурирующим новые экономические отношения, где промышленное производство заменяется культурным, которое основано на маркетинге культурных впечатлений.

Пара креативность-коммерция помогает многим предпринимателям добиваться относительной и временной автономии. Диалектическая их связь самым серьезным образом проявляется именно в коммодификации культуры, которая крайне сложна, имеет место в разных областях и принимает множественные формы в цифровой среде.

По мнению Яковлева Л.С. дигитализация, сама по себе, не изменит отношение людей к культурным ценностям, но она создает оптимальные возможности для культурного потребления, а оно является естественным необходимым условием для формирования позитивных установок на культурное участие [5].

Новая среда диктует новые способы представления и жизнеспособности старых и новых социальных институтов (в числе которых и рынок), в каком ключе и насколько успешно смогут они сбалансировать общественный, социальный контроль и потенциал для индивидуального и группового творчества. Как утверждают Ловинк и Спер, «социальная власть заключается не только в том, что нам разрешено делать то или иное, а и в том, что мы можем это делать...» [7, р.84]. Гораздо важнее то, что социальная сила заключается в том, чтобы не мешать другим делать то или иное, и что мы можем заставить других делать что-то. Это действенная сила приобретает в обществе благодаря солидарности, а институты являются практической ее реализацией.

Сегодня цифровая среда, цифровая культура формирует наш опыт об окружающем мире и предоставляет нам сложный набор цифровых инструментов для организации новых информационных связей и глобального-локального культурного

взаимодействия. С этой целью она будет использоваться как для содействия межкультурному общению и созданию ресурсов знаний, в которые каждый может сейчас внести свой вклад и делиться им, так и для рыночных и прибыльных видов деятельности и усилению контроля над знаниями и информацией, что и будет определять наше будущее культурное развитие.

Литература:

1. Шваб, К. Четвертая промышленная революция // М. : Эксмо, 2019. – 208 с.
2. Deuze, M. Participation, Remediation, Bricolage: Considering Principal Components of a Digital Culture // The Information Society 22(2), 2006. – p. 63-75
3. Хезмондали, Д. Культурные индустрии // М. : Издат. дом ВШЭ, 2014. – 454 с.
4. Chris Anderson's presentation at the Antwerp World Creativity Forum in November 2008 [Electronic resource]. – Mode of access : <http://www.songaz.com/music-chris-anderson-at-the-creativity-world-forum-2008-presenting-the-future-of-business-1156921.html> Date of access : 13.02.2018.
5. Яковлев, Л.С. Цифровые технологии в контексте антропологической революции // Международный журнал исследований культуры (International Journal of Cultural Research) 3(8), 2012. – с. 52-61
6. Rifkin, J. The Age of Access // Jeremy Tarcher/Putnam, 2000. – 312 p.
7. Lovink, G., Spehr, C. "Out-Cooperating Empire?", Exchange between Geert Lovink and Christoph Spehr on Creative Labour and the Hybrid Work of Cooperation // MyCreativity Reader, ed. by Geert Lovink and Ned Rossiter, Amsterdam, Institute of Network Cultures, 2007.

УДК 1:165, 1:167, 1:316, ББК 87

Л.В. Муреико

L. Mureyko, lamureiko@gmail.com

Медиа, масс-медиа и амедиа: к уточнению понятий Media, mass media and a media: to clarify the concepts

*Петербургский государственный университет путей сообщения Императора Александра I
Emperor Alexander I St. Petersburg State Transport University, 190033, St. Petersburg*

Цель исследования – осуществить анализ соотношения терминов «медиа», «масс-медиа», «амедиа» с привлечением понятий «медиазация», «медиальность», «медиации». Предлагается классификация различных подходов к понятию «амедиа». В итоге автор приходит к выводу о том, что продуктивная роль понятия «амедиа» заключается в акцентировании проблемы технологического посредничества медиа, особенно в плане создания ими неоднозначного эффекта собственной прозрачности, за счет чего искусственная среда обитания воспринимается в качестве естественной.

Ключевые слова: Медиа, масс-медиа, амедиа, новые медиа, медиазация, медиальность, медиации.

The aim of the study is to analyze the correlation of the terms "media", "mass media", "a medi" with the involvement of the concepts "mediatization", "mediality", "mediation". The classification of different approaches to the concept of "a media" is proposed. In conclusion, the author comes to the conclusion that the productive role of the concept of "a media" is to emphasize the problem of technological mediation of the media, especially in terms of creating an ambiguous effect of their own transparency, due to which the artificial environment is perceived as natural.

Keywords: Media, mass media, a media, new media, mediatization, mediality, mediation.

В междисциплинарных исследованиях коммуникационных процессов медиа зачастую понимаются как *посредник*, как *техническое* средство коммуникации. Применительно к массовой коммуникации употребляется термин «масс-медиа».

Когда акцентируется инструментальный характер медиа, подчеркивается их несводимость к вещественной технической конструкции. При сравнении медиа и масс-медиа, в классическом понимании оба характеризуются как инструмент коммуникации, который в процессе передачи значения знаков несет в себе возможность их кодирования и декодирования. Причем, процесс декодирования может

путем манипуляционных технологий или стихийным образом исказить или вуалировать исходный смысл воспринимаемых предметов и процессов.

При этом масс-медиа зачастую характеризуются как инструмент коммуникации, выполняющий функцию широкого тиражирования информации, обращенной к самым широким слоям населения, активизируя общее в них и нейтрализуя индивидуальность каждого. А под медиа понимается не только печать, радио, телевидение, кино, но также индивидуальные интонации голоса, особый взгляд, жесты.

Заметим: понимание современных медиа и масс-медиа зависит от того, как понимается массовая коммуникация.

Сегодня массовая коммуникация в связи с развитием коммуникационных технологий, проникающих в повседневность, существенно меняется. Границы между массовой, групповой и межличностной коммуникацией размываются. При этом массовая коммуникация не исчезает. Трансформируясь, она тесно сближается с медиа, становится многомерной и как бы рассыпается. Фрагментация как важное свойство медиа в новых условиях характеризуется М.М. Назаровым, «социальным разобщением и фрагментацией публичной сферы, уходу общезначимых проблем на второй план общественного внимания; повышением роли цифровых алгоритмов и данных в процессе обеспечения адресности контента и сопряженной с этим минимизации сферы частного в ущерб повсеместной прозрачности» [1, с.54].

Субъекты социальной жизни осуществляют социальные практики, ориентируясь на то медийное многообразие, пронизывающее повседневность, которое уже воспринимается как естественная среда обитания.

Сегодня с учетом новых современных реалий в исследованиях природы коммуникации широко применяется термин «*новые медиа*», который обозначает агента глубинных социально-культурных трансформаций. Под термином «*новые медиа*» понимаются «цифровые технологии, существенно меняющие социальную среду и человеческую повседневность, формирующие биотехнический ансамбль живого и неживого как неразрывно связанную цельность» [2, с.8].

Этот термин находится в тесной связи с термином «*медиазация*», выражающим проникновение медиа в самые разные сферы жизни общества. Использование этого термина подразумевает, что в современной теории общества при изучении таких общественных институтов, как власть, армия, семья, система образования и воспитания, проблематично выстроить их анализ без учета медийной составляющей и особой медиалогии, входящей в онтологию этих институтов.

В отличие от конкретно-научных исследований медиа, ориентированных на их объективно-научный анализ и акцентом на аргументацию, обращенную, прежде всего, к эмпирическим их проявлениям, медиафилософия обращает внимание на тот факт, что онтологические основания реальности, формируемой медиа, не так-то просто выявить в эмпирическом материале. Указанные основания включены как в осуществление медийного опыта, так и в форму его анализа. С позиции медиафилософии, медиа – это не только средство передачи информации, но и способ не всегда осознаваемой организации реальности, вариативно, по-новому проектируемой и конструируемой. В

этой связи «медиа инсталлированы в нашу способность понимать мир в его данности. Мы видим не медию, но медиями» [3].

Уточняя значение термина «медиа», обратимся к этимологии слов, соответствующих латинскому “medium“ в разных языках [4, с.60]. Это

- «середина» (Mitte), близкое к «центр», а также «средство» (Mittel) (в немецком языке);

- «средний» (mezzo) (в итальянском языке);

- «сверх-» («управление, установление зависимости от себя, произведение нового качества») («meta») (в греческом языке);

- «среда» (milieu) (во французском языке).

Автору этой работы представляется, что все четыре типа значений слов, родственных латинскому «medium», входят в современное значение термина «медиа».

Проблемное звено в понимании значения термина «медиа» состоит в неоднозначном толковании соотношения таких их свойств, как технический и средовой характер.

С одной стороны, медиа понимаются как инсталлированные в способность человека понимать мир и, значит, в среду обитания, с другой, -- они рассматриваются как техники и технологии, опосредующие отношение к среде.

Итак, выделим две позиции в понимании медиа:

(1) Медиа – это технический посредник в коммуникации (между людьми, между человеком и реальностью);

(2) Медиа – это, прежде всего, символическое содержание создаваемой ими новой среды обитания, которую они конструируют, играя роль общественного агента, включенного в повседневные практики людей.

Рациональное зерно позиции, усматривающей в качестве главной характеристики медиа их технический характер и противопоставляющей их среде, состоит в следующем. Чтобы очертить смысловые границы термина «медиа», логические принципы терминологической идентификации требуют сопоставить его с тем, что ему противоположно. Действительно, «если бы все было медиальным, тогда медиального не было бы вообще» [5, с. 127]. Во всяком случае, вопросы по поводу его смысла не возникали бы. В этой связи медиатеории не должны обходить вопрос: в каком отношении находятся медиа к немедиальному [6, с. 24].

Существует несколько ответов на вопрос «что есть немедиальное или амедиальное?».

Довольно распространенная сегодня позиция: противоположность медиа – это *немедиальность*. Так, В. Савчук пишет: противоположностью медиа как технического средства коммуникации является медиальность, которая «не редуцируется ни к аппаратам, ни к коммуникантам, ни к социальным условиям ее проявления. Она - эпифеномен всех составляющих» [7, с. 19].

Согласно Р. Дебрэ, противоположностью медиа являются *медиацции (mediations)*, понимаемые как «динамические комбинации посреднических процедур и тел, которые вклиниваются между производством знаков и производством событий. Подобно

«гибридам», медиации одновременно являются технологическими, культурными и социальными» [8, p.17].

Из всех существующих вариантов ответа на вопрос «что есть амедиальное?» выделим два основных.

(1) Амедиальное = медиальность (посредническая среда), при этом медиа – сугубо технический транслятор, носящий инструментальный характер;

(2) амедиальное – то, что противоположно посредничеству = транспарентность (без посредников), тогда как медиа – посредник.

Выделим три позиции по вопросу возможности непосредственного восприятия реальности.

(1) Отрицается возможность непосредственного видения реальности:

(1.1) Амедиальное как непосредственность обозначает разрушение социальных связей, в которые инкорпорированы медиа (Н. Луман, А. Р. Гэллоуэй).

(1.2) Стремление к амедиальному, в конечном счете, закончится гипермедиацией (П. Слотердайк).

(2) Признается возможность непосредственного видения реальности:

(2.1) – *через «духовность языка».* Медиальное - «непосредственность духовных сообщений языка». Язык выражает сообщаемость как таковую, но лишь в той мере, в какой в нем сообщает себя «духовная сущность». Последняя проявляет себя не посредством языка, а в самом языке (Беньямин);

(2.2) - *через новую биополитику.* Без медиа как искусственного ограничителя жизни, «голая жизнь», усиливая аутоиммунный эффект, сумеет благодаря новой биополитике соединить самоограничение и ограничение реальности (Р. Эспозито);

- *через новый интерактивный театр,* выходящий на улицы. Театр предполагает игру в понимание реальности, самих себя, в то, что принципиально невозможно изобразить. Тем самым театр всегда содержит в себе разоблачение чего-то как изображения. Это становится особенно очевидным в интеракциях, включенных в игровые формы повседневности (Х.-Т. Леманн и Э. Фишер-Лихте).

(3) Амедиальность как прозрачность условно возможна, но она не дает нам знания реальности. Среда прозрачности производится симулякром. Она -- результат «технического безумия», проявляющегося в стремлении к сверхточному воспроизведению всего существующего. Вещи проявляют себя как находящиеся слишком близко, различимые до микродеталей, как чересчур правдивые. Нейтрализуя дистанцию, прозрачность имеет дело с дереализованным объектом, содействуя слиянию человека с ним. Мир в этом случае оказывается «холодным», объектным. В нем невозможен спектакль. В лучшем случае – банальная церемония (Ж. Бодрийяр).

Итак, в современных теориях медиа тема непосредственного опыта (*immediacy*) не остается без внимания. При этом непосредственность может представляться по-разному. Условием ее существования может быть:

(1) разрыв на части «фреймированного» посреднического пространства с тем, чтобы обеспечить вариативную возможность собирать их по-новому;

(2) расширение и обнаружение новых естественных возможностей как чувственной, так и интеллектуальной форм восприятия мира (за счет совершенствования технологий медиа);

(3) производство силами медиа гипермедиальности (*hypermediacy*), при которой медиа из посредника превращаются в среду обитания, втягивая в нее всю телесную жизнь человека.

Итак, «амедиальное» -- противоположность медиа. Противопоставление осуществляется, исходя из технической или посреднической характеристик медиа.

«Медиальность» – один из вариантов толкования противоположности медиа (по техническому признаку). Но эта противоположность вместе с тем (что важно!) содержит в себе указание и на связь технической и средовой характеристик современной коммуникации. Ведь «медиальность» -- эпифеномен аппаратов, коммуникантов, социальных условий коммуникации.

Стоит подумать над тем, что термин «медиальность» произведен от «медиа», хотя относится к характеристике более широкого поля коммуникации. На наш взгляд, современные медиа – это не только технический посредник, но и формируемая ими среда. Может быть, в целях соединения технической и средовой характеристик стоит выделить *внутри медиа* две их составляющие: собственно, медиа как техническое средство и «медиальность»?

Заметим также, что термин «медиальность» не вполне удобен в формально-логическом плане, без которого не обойтись в системном понятийном анализе. *Выходит, что «медиальность» -- то же самое, что и «а-медиальное».* Самопротиворечивость объекта исследования никто не исключает, но тогда надо объяснять, в чем различие двух сторон *одного и того же* – «медиальности» и «амедиального». Может быть, при использовании термина «медиальность» как противоположности медиа отказаться от термина «амедиальное», заменив его термином «амедиа»? Но лучше все же во избежание путаницы отказаться от термина «медиальность», оставив совпадающий с ним по значению термин «медиации», предложенный Р. Дебрэ. Таким образом, «амедиа», выступая как противоположность технической характеристике медиа, но сохраняя посредническую и средовую роль, соответствует «медиациям». Заметим, это спорное предложение, если смотреть на него с позиции тех авторов, которые рассматривают противоположность медиа по отсутствию посреднической роли.

Продуктивная роль термина «медиации» в значении «амедиа» заключается в том, что с его помощью акцентируется проблема природы посредничества медиа. Особенно важным здесь оказывается вопрос о механизме создания неоднозначного эффекта прозрачности технологического посредничества, за счет чего искусственная среда обитания воспринимается в качестве естественной.

Отметим, что анализ соотношения понятий «медиа», «масс-медиа», «амедиа», «медиатизация», «медиальность», «медиации» необходим для интегрального изучения феномена медиа, который одновременно выполняет функцию и средства, и посредника, и промежутка, и среды, и различающего процесса.

Перспективным в решении проблемы связи технической и бытийно-средовой характеристик медиа представляется дальнейший анализ разного понимания феномена посредничества.

Литература:

1. Назаров М. М. Современная медиасреда: разнообразие и фрагментация // Социологические исследования. 2018. № 8. С. 54-64.
2. Моисеев В.Н. Новые медиа: философия взаимодействия человека и современных технологий. Автореферат дис. на соискание ученой степени канд. филос. наук. М., 2016.
3. Савчук В. Медиафилософия: формирование дисциплины // Медиафилософия. Основные проблемы и понятия [под ред. Савчука В.В.]. СПб. : Изд-во Санкт-Петербургского философского общества, 2008. С.7-39.
4. Савчук В. В. Медиафилософия. Приступ реальности. СПб.: Издательство РХГА, 2013. 350 с.
5. Engell, L. Wege, Kanäle, Übertragungen, Zur Einführung // Kursbuch Medienkultur. Die maßgeblichen Theorien von Brecht bis Baudrillard / Pias C., Vogl J., Engell, L. u a. (Hrsg). Stuttgart, 2004.
6. Lagaay, A., Lauer, D. Medientheorien. Eine philosophische Einführung. Frankfurt a. M./New York: Campus, 2004.
7. Савчук В. Медиафилософия: формирование дисциплины // Медиафилософия. Основные проблемы и понятия [под ред. Савчука В.В.]. СПб. : Изд-во Санкт-Петербургского философского общества, 2008. С.7-39.
8. Debray R. Media manifestos: on the technological transmission of cultural forms. London, New York: Verso, 1996. 189p.

УДК 316.77, ББК 60.0

О.А. Сусская
Olga Susskaya, susskaya@bigmir.net

Современное информационное пространство и смысловые интерференции в журналистской среде

Modern information space and semantic interference in the journalistic environment

*Национальный университет «Киево-Могилянская Академия», Киев
National University "Kyiv-Mohyla Academy", Kiev*

Современное информационное пространство становится «мультимедиативным». Интерференция навыков информационного поиска и самореференции, личного интереса, саморефлексии определенных переживаний и коммуникативных действий в рамках тех или иных статусов – становится характерной и для журналистов, и для пользователей, что является современной чертой цифровых субкультур.

Ключевые слова: журналистика, медиапроцесс, коммуникаторы.

The modern information space is becoming "multimedia." The interference of the skills of information retrieval and self-reference, personal interest, self-reflection of certain experiences and communicative actions within the framework of various statuses - is becoming characteristic of both journalists and users, which is a modern feature of digital subcultures.

Key words: journalism, media process, communicators.

Изменения асимметричных отношений в информационном пространстве и постепенное превращение их в интерперсонально-симметричные поставили вопрос поиска наиболее адекватных методологических подходов, позволяющих объяснить новые процессы и появление новых акторов в медиапространстве.

Формирование информационного поля личности, персонификация в ее двух дихотомичных плоскостях: «интраперсонализации» (индивидуализации информационного выбора) и – в случае диалогового межличностного общения в сетях – персонифицированной «интерперсонализации», все эти процессы ускорили развитие «журналистики партиципации» или «журналистики соучастия». Эти новые тенденции требуют современного методологического осмысления и совершенствования научного контента (в частности релевантного категориального аппарата), который позволяет глубоко проникнуть в изучение новейших медиапроцессов.

Теории массмедиа, получившие признание во второй половине XX века, были теориями метажурналистики, т.к. преимущественно анализировали внешние связи журналистики, коммуникативных процессов и социосистемы (М. Маклюэн, Г. Иннис, Н. Луман, Ю. Хабермас, У. Эко, П. Бурдьё, Р.Дебре, др.). «Понимание медиа» включало и признание того, что именно внешние факторы журналистского процесса достаточно сильно влияют на внутренние; это подтверждает и мысль М. Маклюэна [1], что сообщения медиа являются «месседжем», направленным медиумом условному реципиенту, а письмо и книгопечатание фактически сформировало и новую карту мира.

Персонифицированные коммуникаторы, кого мы связываем с новаторскими идеями в журналистике, относят себя к системе новых коммуникаций или связей в социуме – это могут быть и социальные медиа, это и производство контента без привязки к информационным платформам властных структур, это и субъективный выбор самореферентной личности (Н.Луман), ориентированный только на ее сознательные интересы, и тому подобное. Все перечисленные факторы принципиально нарушают модель классического журналистского процесса, ведь все они влияют извне на него, а в классических моделях такие факторы не учитываются.

Сегодня именно «метажурналистика» настроена на понимание таких внешних воздействий [2]. Традиционные медиа и журналисты стали неотъемлемой составляющей социальных процессов; они «поставляют» основные политические раздражители; благодаря телевидению у каждого потребителя актуальной визуализированной информации создается ощущение не зрителя, а участника события. Участник, в отличие от зрителя (пассивного наблюдателя), получает настоящее программирование своего поведения; следовательно, классическая модель «медиа» – «месседж» – «аудитория» не выдерживает реальной критики, поскольку против государственной оргструктуры нужна такая же оргструктура, но противоположно нацеленная [3]. Развитие и внедрение в повседневные медиакоммуникативные практики все большего количества технологических инструментов и расширение возможностей доступа к информации различных уровней и проблематик позволяет субъекту современного «мультимедиативного пространства» [4] одновременно быть членом нескольких «интерпретативных сообществ», или сохранять доминирующий статус постоянного пользователя одного или двух средств, например, телевидения и Интернета. Значимую роль здесь играет способность к самореференции, самоинтерпретации и саморефлексии [5] что можно отнести как к социокультурным практикам, так и к проявлению идентичностей.

Суть соответствия контента информационного поля содержанию сознания личности заключается в сочетании информационного интереса и навыков информационного поиска, удовлетворяющих этот интерес, что невозможно без интегрированного понимания пространства как среды обмена информацией, «социальное пространство будто объединяет эти два пространства – агентов и практик – в их постоянном и активном взаимодействии» [6, с. 38].

Вывод: В современном медиaprостранстве меняются статусные позиции журналиста и реципиента, месседж и медиум становятся взаимореферентными представителями цифровой субкультуры.

Литература:

1. Маклюэн Г.М. Понимание Медиа. Внешние расширения человека. М.: Кучково поле, 2011.
2. Сусская О.А. Медиадискурс в мультикультурном информационном пространстве: монография. Киев: SIK GROUP, 2018.
3. The quality and independence of British journalism // www.populationmedia.org
4. Сусская О.А. Социологические проекции личности: интерпретация – персонафикация – виртуализация. Монография. Saarbrücken: LAP LAMBERT Academic Publishing, 2014.
5. Луман Н. Реальность массмедиа; пер.с нем. М.: Праксис, 2005.
6. Бурдьё П. Практический смысл; пер. с фр. СПб.: Алетейя, 2001.

УДК 316.77, ББК 66.2

Л.И. Евсева¹, А.С. Матвеевская²
Lidiya I. Evseeva, Anna S. Matveevskaya
l.evseeva@mail.ru, annamatveevskaya@mail.ru

Научная коммуникация: инструменты профессионального общения и обмена научной информацией
Scientific Communication: tools for professional communication and exchange of scientific information

Санкт-Петербургский Политехнический Университет Петра Великого¹
Санкт-Петербургский государственный университет²
St. Petersburg Polytechnic University of Peter the Great
St. Petersburg State University

Важным инструментом интеграции научной коммуникации выступают электронные технологии. Авторы анализируют сетевые интернет инструменты, используемые научным сообществом. Социальные сети выступают в качестве основы профессионального общения и обмена научной информацией.

Ключевые слова: научная коммуникация, профессиональное общение, социальные сети, электронные технологии, информация, интеграция.

An important tool for integrating scientific communication is electronic technology. The authors analyze the online Internet tools used by the scientific community. Social networks act as the basis for professional communication and the exchange of scientific information.

Key words: scientific communication, professional communication, social networks, electronic technologies, information, integration.

Современные тенденции трансформации инструментов научных коммуникаций являются результатами глобализации, интеграции и развития электронных технологий. Возникают новые технологии и типы взаимодействий человека. Производство научных продуктов и использование их становится важным стратегическим фактором развития общества [1]. Динамичные процессы интереса к проблематике научной коммуникации затруднены неоднозначностью толкования самого термина и наличием определенной специфики [2, 3, 4, 5]. Научная коммуникация обладает двойственной природой: во-первых, она принимает участие в распространении самой актуальной информации, создает оптимальные условия для формирования эффективных научных контактов; во-вторых, с ее помощью происходит становление целостного восприятия науки в социальном контексте, поскольку она выступает одним из действенных средств популяризации научных результатов [6, с. 87–88].

В качестве основного оперативного инструмента коммуникации используется электронная почта, широко используются формы персональной коммуникации (Skype, ICQ, Mail.Ru Агент и пр.), социальные сети, форумы, блоги и т.д. Они оцениваются субъектами профессионального общения как системы мгновенного обмена текстовыми сообщениями (с поддержкой голосовой и видеосвязи) о результатах научных экспериментов и выводах о подтверждении или необходимости уточнения гипотезы исследований, оценках проделанной работы. В последнее время наблюдается использование облачных технологий, которые уже зарекомендовали себя в профессиональном общении, в научных исследованиях, проектной деятельности и образовании. Для научных дискуссий используются сервисы Веб 2.0 (блоги, вики, RSS).

Весьма популярны социальные научные сети [7, 8]. Научные социальные сети – это интерактивные площадки для представителей научного и обучающегося сообщества с широкими возможностями для обмена мнениями, поиска и создания групп со схожими научными интересами, размещения своих публикаций и интеграции в научную жизнь академического сообщества. Данные проблемы освещаются в публикациях по проблемам модернизации образования [9, 10, 11, 12, 13, 14]. Научные социальные сети одновременно и уникальный источник информации о научных конференциях, симпозиумах, круглых столах и др. научных и творческих мероприятиях, дополнительных возможностях для представителей профессионального сообщества. Они могут достаточно эффективно организовать совместную работу распределенной учебной группы, международные обмены, сетевую деятельность людей, находящихся на разных континентах.

Таким образом, социальные сети профессионального общения способствуют глобализации образовательного и научного потенциала.

Литература:

1. Шипунова О.Д., Березовская И.П. Особенности когнитивного взаимодействия в практике научной коммуникации // Дискурс. 2018. № 3. С. 3-9.
2. Шипунова О.Д. Инфосфера коммуникации в контексте современной науки // Коммуникативные стратегии информационного общества Труды X Международной научно-теоретической конференции. СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2018. С. 40-42.
3. Поздеева Е.Г. Цифровизация и социальное пространство: проблемные проекции на сферу образования // Информация–Коммуникация–Общество. 2019. Т. 1. С. 256-261.
4. 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.
5. Сафонова А.С. Механизмы профессионализации высшего образования // Коммуникативные стратегии информационного общества Труды IX Международной научно-теоретической конференции. СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2017. С. 148-151.
6. Шубина Н.Л. Научная коммуникация: поиски разумного компромисса // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. 2009. № 104. С. 87–96.
7. Тростинская И.Р. Социальные сети как форма организации научной коммуникации // Наука в общественном диалоге: ценности, коммуникации, организация материалы международной научной конференции. СПб: Изд-во Политехн. ун-та, 2017. С. 149–151.
8. Быльева Д.С. Образ науки в интернет пространстве // НАУКА В ОБЩЕСТВЕННОМ ДИАЛОГЕ: ЦЕННОСТИ, КОММУНИКАЦИИ, ОРГАНИЗАЦИЯ материалы международной научной конференции. СПб: Изд-во Политехн. ун-та, 2017. С. 41-43.
9. Евсеева Л.И., Евсеев В.В., Волкова Л.М., Голубев А.А. Трансформация информационно-коммуникативной среды в вузовском образовании // Современная педагогика: теория, методика, практика: сборник материалов II-ой международной очно-заочной научно-практической конференции. Москва: Издательство НИЦ «Империя», 2018. С. 206-210.

10. 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
11. Погодин С.Н., Бахтуридзе З.З. К вопросу о тенденциях в современной системе высшего образования в России // 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. 156-161.
12. Матвеевская А.С., Погодина В.Л., Тараканова Т.С. Образовательная среда: метод проектов в формировании компетенций // Коммуникативные стратегии информационного общества Труды X Международной научно-теоретической конференции. СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2018. С. 407-411.
13. Поздеева Е.Г. Умный университет: ожидания и перспективы // Коммуникативные стратегии информационного общества Труды X Международной научно-теоретической конференции. СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2018. С. 268-271.

УДК 070+30+32, ББК 60+66

В.А. Сергеев

Vladimir Sergeev, vas@omzg.sccc.ru, vavslanser@mail.ru

О доминировании психологии в коммуникации гуманитарных наук On the dominance of psychology in the communication of the humanities

*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 обсуждаются критерии, по которым некую науку можно считать доминирующей «королевой» по отношению к некоторой группе наук. Обосновывается, почему психологию (наряду с математикой и географией) можно считать такой «королевой» среди гуманитарных наук.

Ключевые слова: королева наук, математика, география, психология

The article discusses the criteria by which a certain science can be considered the dominant “queen” in relation to a certain group of sciences. It justifies why psychology (along with mathematics and geography) can be considered such a “queen” among the humanities.

Keywords: Queen of Sciences, Mathematics, Geography, Psychology

1. Известно выражение про математику: «королева наук». Спрашивается: за что, за какие её особенности и заслуги она коронована? Мне также (ещё давно, когда я преподавал географию) снизошло понимание того, что для целого ряда естественных и гуманитарных наук географию можно также считать «королевой». А вот теперь я в качестве «пажа её величества» постараюсь ввести в этот королевский двор и психологию и обосновать свои действия.

По-видимому, считать некоторую науку «королевой» – значит считать её исследовательский инструментальный и её систему знаний [1, 2] универсальными и основополагающими для некой группы наук.

2. Что касается короны и трона **математики**, то это очевидно. Уточню лишь главное.

«Наука начинается там, где можно считать» (чей-то афоризм). Во всех без исключения науках знания о фактах ещё можно получать без математики (и то – не всегда). А вот заслуживающие внимания знания о закономерностях без применения математики выглядят не всегда убедительно.

Из математики в других науках используются [3] :

- традиции и приёмы создания формального языка для некоторого теоретического аппарата;
- системы понятий, определений и терминов из некоторых базовых разделов математики (теории множеств, теории вероятностей и математической статистики,

геометрии и тригонометрии, топологии, математического анализа, алгебры, исследования операций и др.);

- «чёткие», однозначные и «простые» модели (из тех же разделов);
- дисциплина разделения утверждений на аксиомы, гипотезы и теоремы (не доказанные и доказанные), методы доказательств;
- нормативы постановки и решения задач;
- различение задач, процедур и алгоритмов;
- разработка и использование аналитических и численных методов решения задач;
- разработка статистически значимых приёмов интерпретации этих решений.

Перечисленное может использоваться почти во всех науках (как естественных, так и гуманитарных). Однако ограничениями при этом являются: слабая формализованность применяющей науки [4], сложность её моделей, разнородность её объектов, малость выборок, слабая точность и\или детальность эмпирических данных.

3. География в качестве «королевы» для наук (природных и социальных), изучающих объекты с привязкой к земной поверхности, поставляет (я об этом уже писал – [2]):

- свой язык (систему понятий, определений, терминов);
- свой эмпирический и теоретический багаж знаний (факты, объекты, связи и отношения между ними, закономерности, законы, модели);
- свои методы выдвижения и обоснования гипотез о знаниях;
- свои методы получения знаний (наблюдений, экспериментов, умозаключений, интерпретаций - непосредственно и опосредованно).

Методы и результаты географии применимы ко всем естественным и гуманитарным наукам, производствам и социальным практикам, привязанным к земной поверхности.

3. Психология (не философия!, я писал об этом [2]) является «королевой» всех гуманитарных наук и практик не столько по своим методам и закономерностям (хотя есть и они), сколько по многоплановости её объектов и предметов исследований, по существенной значимости её знаний на поиск и применение закономерностей в данной гуманитарной науке или практике.

Объекты психологии можно так разделить по уровням.

Ур1: отдельный человек (индивид – в индивидуальной психологии) или отдельная особь животного (в зоопсихологии) – с точки зрения индивидуальных психических процессов и особенностей реагирования на внешние раздражители.

Ур2: «малые» социальные группы взаимосвязанных и\или взаимодействующих индивидов или особей; например, элитных групп в политике, экономике, науке, культуре, СМИ, религии или – трудовой коллектив фирмы, семья, группа по хобби.

Ур3: «большие» социальные группы (взаимодействующие либо нет); примеры: нация = все граждане государства; национальное множество = люди одной национальности (государствообразующей либо нет, компактной или расплывлённой диаспоры); члены одной политической партии, движения; сторонники одного кандидата или одной политической платформы; приход одной религиозной конфессии;

профессиональные коллеги и члены одного профсоюза; одинаковые (по возрастному диапазону, гендеру (полу), образу жизни, хобби, привычкам, ...).

Предметы психологии – это:

- свойства F её объектов по уровням Ур1, Ур2, Ур3 (в том числе – менталитетов);
- отношения Q между объектами одного уровня или между уровнями;
- закономерности взаимодействия объектов между собой в различных ситуациях;
- способы формирования свойств F (воспитанием, обучением, тренингом);
- институты и акторы формирования F, их возможности и методы.

Психология позволяет **ставить и решать задачи** разных теоретических и практических областей гуманитарной сферы **для объектов разных уровней**, например:

для Ур1:

- выявление проблем личности и их разрешение;
- пиар-оптимизация имиджа кандидата;
- поиск оптимальных методов творчества при генерировании знаний и инноваций (в гносеологии и эпистемологии, в философии познания, в ТРИЗ);

для Ур2:

- кастинг и клиринг (для брака, для работы – экипажей, команд, коллективов, ...) – для Ур2;
- выявление причин и разрешение конфликтов в малой группе;

для Ур3:

- в международной политике и политологии: решение проблем дипломатии между странами (войны и мира, разрядки, экономических, социальных, культурных) с учётом индивидуальной психологии политических лидеров и менталитетов социумов уровня 3;
- во внутренней политике: решение проблем в нации одной страны за счёт психологических регуляторов методами пропаганды норм идеологии и этики через СМИ и каналы искусства;
- в историографии и истории: поиск психологических (индивидуальных и групповых) причин событий и процессов, определение роли психологических факторов в них и возможностей их учёта для социального прогнозирования;
- в языкознании: за счёт «человеческих факторов» коммуникации -почему и как создаются и меняются языки, их элементы, каково взаимное влияние языков, как возникают доминирующие языки.

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.
3. Воронин Ю.А., Еганов Э.А. Методологические вопросы применения математических методов в геологии. – Новосибирск: Наука, СО АН СССР, 1974. – 80 с.
4. Сергеев В.А. Об опыте построения онтологий при формализации и математизации в геологии // Наука, образование, общество: проблемы и перспективы развития: Труды Междунар. науч.-практич. конф. 31.7.2015. Том 5. Тамбов: Изд-во «Консалтинговая компания Юком», 2015. - С. 81-87. Адрес текста статьи: <http://ucom.ru/doc/conf/2015.07.05.pdf>

Секция 5. Взаимодействия в социотехнических средах: Человеческие ресурсы, Веб-ресурсы и PR-технологии
Interactions in sociotechnical environments: Human resources, Web resources and PR-technologies

УДК 316.74:791.2, ББК 60.0

С.А. Глазкова
Svetlana Glazkova, svetlagl@mail.ru

Стриминговые видеоблоги: специфика формата массовой коммуникации в среде Веб 2.0
Streaming video blogs: the specifics of the format of mass communication in the Web 2.0 environment

Санкт-Петербургский государственный институт кино и телевидения
St-Petersburg State University of Film and Television

В статье рассматриваются характерные особенности видеоблогов, ведущихся на стриминговой основе. В ходе исследования были проанализированы интерфейс стриминговых сервисов и видеоконтент популярных русскоязычных стриминговых видеоблогов формата IRL. Полученные наблюдения позволяют сделать выводы о коммуникативном потенциале стриминговых видеоблогов.

Ключевые слова: видеоблогинг, потоковое/стриминговое видео, стриминговые видеоблоги, видеострим, веб 2.0, социальные медиа.

The article discusses the characteristic features of video blogs conducted on a streaming basis. We analyzed the interface of the streaming services and video content of the popular Russian-language IRL - streaming video blogs. The observations allow us to draw conclusions about the communicative potential of streaming video blogs.

Key words: videoblogging, stream broadcasting /streaming video, streaming video blogs, video stream, web 2.0, social media

Технология потокового вещания оказала значительное влияние на блогосферу, породив новые форматы видеоблогов и новые формы сетевого общения. Стриминговое (потоковое) вещание представляет собой доставку удаленным пользователям мультимедийных потоков информации (видео, аудио) в режиме реального времени. [1; с. 160.] Потоковое вещание сегодня представлено в двух видах – живое вещание (life streaming) и вещание в записи – «видео- или аудио-по-запросу» (video on demand).

Особый интерес представляют видеоблоги, построенные на основе живого вещания. Видеоблогинг – это интернет-явление, включающее в себя создание и выкладывание в сеть видеоматериалов на ту или иную тему в выбранном автором формате, соответствующем жанру. [2; с.107]

Живое вещание /life streaming – предполагает прямую трансляцию «здесь и сейчас» происходящего события для удаленной аудитории. В связи с этим такой вид социальных медиа, как видеоблог, ранее представлявший собой совокупность видеозаписей в хронологическом порядке выкладываемых на странице, дополнился разновидностью видеоблога в прямом эфире – стриминговым блоггом.

Платформы для трансляции потокового видео сегодня весьма разнообразны. Часть их создана на базе существующих популярных сервисов веб 2.0: Facebook Live, Instagram Live, Snapchat, VK Live и OK Live, YouTube Live; другие созданы специально

под технологию потокового видео: Periscope.tv. Огромной популярностью пользуются стриминговые платформы для онлайн игр, например: Mixer, Twitch, - где можно найти видеоблоги не только для геймеров (жанр «летсплей»), но и по неигровым категориям.

Платформы предлагают пользователям разные возможности, так на Facebook Live продолжительность трансляции возможна до 4-х часов; на Instagram Live – не более 1 часа. Длительные прямые трансляции, заполненные деятельностью блогера и её комментированием, дают возможность ротации аудитории в режиме онлайн – часть аудитории заходит на канал и проводит какое-то время, часть аудитории мигрирует на другие стриминговые каналы. Запись стримов и последующее их архивирование – размещение в аккаунте блогера – доступна не везде. Стриминговая платформа может предоставлять возможность делать экспорт записи видео на видеохостинг (напр, YouTube), что переводит стрим в категорию «видео по запросу». Facebook Live позволяет публиковать стрим после трансляции в виде поста, а сервис Twitch сохраняет записи «рядовых» стримеров только 14 дней. Исчезновение контента через определенный срок задает такому формату коммуникации эфемерность, близкую обычной ситуации общения в офлайне.

Некоторые ресурсы вводят ограничения на прямые трансляции пользователей. Например, на YouTube Live необходимо минимум 100 подписчиков канала, чтобы стали доступны трансляции; социальная сеть Tik Tok, созданная для записи коротких видеороликов (15 сек и 60 сек), открыла сервис стримов, но количество подписанных на канал должно быть не менее 1000 человек, при уменьшении подписчиков функция лайф-стрима снова становится недоступна. Сервисы заботятся о размере аудитории, что выводит стриминговые видеоблоги на позицию масс медиа. Существуют также приватные вещания, которые доступны только пользователям, получившим специальные приглашения. Еще большую аудиторию видеострим получает, если стример проводит ретрансляцию для нескольких платформ. Потребность в наборе аудитории привела к появлению специальных сервисов для мультистриминга, например: Restream.io.

Структура видеострима представляет собой комбинацию аудиовизуальной и текстовой коммуникации. Аудиовизуальная представлена в двух диалоговых окнах, одновременно открытых на дисплее: экран игры в стримах летсплей или с показом видеоконтента, который стример просматривает вместе с аудиторией, а также экран со стримером. Текстовый элемент – чат-бокс – располагается рядом с диалоговым окном, либо непосредственно в диалоговом окне. При развороте видео во весь экран чат становится элементом видеотрансляции. Опытные пользователи советуют выводить эти сообщения в общий поток на экране трансляции, как центральный элемент стрима, поскольку это создает хорошие условия для пребывания пользователя на канале.

Помимо чата на дисплей выводятся символы транзакций («донатов» – денежных пожертвований, которые пользователи перечисляют на аккаунт стримера). На популярных каналах рекламодатель размещает рекламу (чаще всего – промоакции) на экране трансляции. Система донатов важна, поскольку формирует популярность видеострима. Популярность может иметь скандальный характер, как, например, в

случае со стримершей Кариной Sharishaxd. Сетевая общественность считает, что Карина (sharishaxd) повысила свою популярность в 2016 г. именно благодаря отправке оскорбительных донатов не от «настоящих пользователей», а от ботов. [3]

Управлять популярностью стример может с помощью аналитики, которую предоставляет стриминговая платформа. Например, аналитика канала на платформе Twitch предоставляется сервисом twitchtracker.com: количество подписок, средний онлайн на каждом стриме.

Компании индустрии видеоигр отмечают быстрый рост популярности видеостримов в последние 2 года. Разработчик ПО для стримеров StreamElements опубликовал впечатляющие цифры: зрители Twitch посмотрели в 2018 году 9,36 миллиарда часов видео, у YouTube Gaming этот показатель 2,3 миллиарда часов [4].

Однако популярность видеостримов обусловлена не только лишь популярностью потоковых видеоигр и параллельным развитием стриминговых онлайн сервисов. Это же исследование 2018 г. показало рост просматриваемости видеостримов неигровых категорий IRL (аббревиатура от англ. «*in real life*», «в реальной жизни») – они вышли на третье место после популярных игр – 484549503 часа в 2018г. против 182 545 816 часов просмотров в 2017 [5]. Из-за стремительного роста количества неигровых видеостримов категория IRL была разделена в 2018 г. на 11 узконаправленных категорий. [6] Однако самым популярным в ряду этих 11 категорий оказался вариант «простая болтовня» (Just Chatting). Рост этой категории, возможно, связан развитием мобильного стриминга – функцией современных смартфонов, а также с миграцией видеоблогеров с платформы YouTube на платформу Twitch, а в будущем, как считает И. Семёнова, руководитель киберспортивного направления МТС, категория IRL подвинет игровые стримы и займёт больше половины индустрии в ближайшие несколько лет [5].

Главным коммуникативным преимуществом лайфстриминга перед видеоблогингом заключается именно в симультанности коммуникации – мы видим что-то одновременно со стримером и наблюдаем за ним, становимся свидетелями его жизни. Эффект подлинности видео, в отличие от видеоматериала, прошедшего монтажную обработку и доступного в записи. Эту подлинность стримеры иногда доказывают ценой своей жизни - Пакистанская звезда социальной платформы Tik-Tok Даниал Хан (Daniyal Khan) заснял собственную смерть, когда ехал за рулем 19.09.2019. у него было свыше 200 тысяч подписчиков [7].

Коммуникативный потенциал видеостримов обусловлен также возможностью продолжительного межличностного общения с массовой аудиторией. Хотя стример обладает инициативой в этом общении – он может игнорировать вопросы и комментарии, однако все комментарии не фильтруются и доступны для аудитории.

Литература:

1. Селютин А.А. Особенности дискурса видеостримов жанра летсплей // Вестник Челябинского государственного университета. – 2019. № 4 (426). Филологические науки. Вып. 116. – С. 170—175.
2. Текутьева И. А. Жанрово-тематическая классификация видеоблогинга // Медиасреда. – 2016. №11. – С.107-113
3. Optsala (автор). Вся правда о стримерше Карине. Строго 18+. [Электронный ресурс]// URL: http://gme.ru/game_all/8696-vsya-pravda-o-strimershe-karine-strogo-18.html . (Дата обращения: 08.02.2016.)

4. Бабаев В. Зрители Twitch посмотрели в 2018 году 9,36 миллиарда часов видео — это больше миллиона лет [Электронный ресурс] // URL : <https://dtf.ru/gameindustry/38675-zriteli-twitch-posmotreli-v-2018-godu-9-36-milliarda-chasov-video-eto-bolshe-milliona-let>. (Дата обращения: 04.02.2019)
5. Тренды стриминга: IRL завоевывает внимание зрителей, а площадки ужесточают правила [Электронный ресурс] // URL : <https://dtf.ru/promo/60424-stream-trends>. (Дата обращения: 23.07.2019)
6. Категории: фильтр IRL (в реальной жизни). [Электронный ресурс] // URL : <https://www.twitch.tv/directory/tags/2610cff9-10ae-4cb3-8500-778e6722fbb5> (Дата обращения: 10.09.2019)
7. Топ-блогер Tik Tok погиб в прямом эфире [Электронный ресурс] // URL : <https://frontend.vh.yandex.ru/player/12536660824617760904>. (Дата обращения: 19.09.2019).

УДК 65.012+165.24, ББК 60.0

О.Э. Иванова
Olga Ivanova, 74oliva@list.ru

Организационный консалтинг как управленческий инструмент решения проблем *

Organizational consulting as a management tool for problems solving

*Южно-Уральский государственный гуманитарно-педагогический университет
South Ural State University of Humanities and Education*

Организационный консалтинг – рефлексивно-коммуникативный управленческий инструмент решения стратегических и тактических задач и снижения рисков в HRM-сфере, определяемых интересами бизнеса. Проведен SWOT-анализ внедрения организационного консалтинга. Обоснована методология оценки эффективности и трудности внедрения организационного консалтинга.

Ключевые слова: инструмент управления, организационный консалтинг, сократический диалог, управление человеком, философское консультирование.

Organizational consulting is a reflexive and communicational management tool for solving strategic and tactical tasks and reducing risks in HRM determined by business interests. SWOT-analysis of implementation of organizational consulting was conducted. The methodology for assessing the effectiveness and difficulties of implementing organizational consulting was substantiated.

Keywords: management tool, organizational consulting, Socratic dialogue, human management, philosophical consultation.

Онтология управления человеком в организации определяет риски в сфере HRM. Данная подсистема управления регулируется интересами бизнеса в целях получения сверх прибыли в кратчайшие сроки. В этом случае управленческие решения зачастую могут быть поспешными и необдуманными, узко утилитарными и, в конце концов, стратегически неадекватными и дающими сбой в условиях нестабильной ситуации на рынке. Человек в организации – ресурс или капитал – является средством достижения бизнес- и иных целей. Ощущение временности собственной функциональной значимости определяет конформизм экзистенциальной характеристикой сотрудника. Рефлексивно-коммуникативным управленческим инструментом, позволяющим преодолеть или минимизировать указанные риски, может выступить организационный консалтинг (ОК). Данный инструмент основан на сократическом методе диалогического размышления над основаниями проблем. ОК учитывает расширение круга собеседников до полилога (L. Nelson, G. Neckmann) [1, 2], практику сократического разговора в интересах бизнеса [3], философского консультирования [4]. Организационный консалтинг начинается с вопрошания в сообществе в связи с необходимостью решения актуальных фундаментальных стратегических и

* Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 19-010-00322.

тактических проблем в сфере управления человеком при участии философа-консультанта. Результаты SWOT-анализа внедрения организационного консалтинга представлены в таблице 1.

Таблица 1. SWOT-анализ внедрения организационного консалтинга

Сильные стороны	Слабые стороны
1. Исследование фундаментальных вопросов и их оснований 2. Критическое рациональное рассуждение. 3. Проблематизация 4. Контекстуальность 5. Концептуализация 6. Достижение взаимопонимания	1. Ограниченность опыта участников реального сообщества 2. Медлительность процесса размышления 3. Влияние организационной иерархии на риск «сползания» к конформизму и догматизму при столкновении с трудностями в процессе ОК
Возможности	Угрозы
1. Цифровая трансформация среды: актуализация критического осмысления информации в сообществе 2. Виртуализация профессионального сообщества 3. Необходимость решения фундаментальных стратегических и тактических проблем в HRM на ценностно-смысловом уровне.	1. Инертность, косность мышления членов сообщества 2. Иллюзия авторитетности собственной позиции как достаточный аргумент. 3. Проблема перевода результатов в материальные ценности 4. Проблема изоляции эффекта внедрения ОК от иных факторов влияния на результат

Погружение на ценностно-смысловой уровень в процессе ОК позволяет его практику при формулировании ценностей (например, при внедрении Management by Values), в решении проблем в управлении карьерой, управлении конфликтами, в тимбилдинге, при высвобождении персонала. Это – инструмент совместного критического рационального рассуждения (прояснения предмета обсуждения, формулирования проблемы, генерирования гипотез и их альтернатив, аргументации, обоснования выводов и логической проверки выработанной идеи на взаимосвязанность элементов и релевантность ценностям организации) при достижении взаимопонимания между участниками сообщества. ОК предполагает отказ от субъективности, иерархичности, догматичности и конформизма; отсылка к авторитету, включая авторитет руководителя, не является достаточным аргументом. Проблематизация опирается на опыт участников сообщества (личный, профессиональный и системно наблюдаемый) и учитывает контекст ситуации, не ограничиваясь историческими примерами ее решения. Уязвимость данной установки может проявиться ограниченностью возможностей опыта рамками реального сообщества. Виртуализация профессионального сообщества предоставит возможность расширить спектр его участников и наблюдаемого опыта. Выявление, осмысление и разрушение стереотипов достигается в процессе вопрошания консультанта. Совместная деятельность проявляет преимущества межпрофессиональной коммуникации в генерировании суждений в силу ценности узкой специализации знания, когда ни один из участников сообщества не в состоянии решить проблему в одиночку.

Вместе с тем следует учитывать, что размышление, в том числе и совместное, является достаточно медленным процессом, требующим вдумчивости. Процедура ОК, настаивающая на преодолении инертности и косности мышления, отказе от иллюзий в выработке управленческих решений, может оказаться экзистенциально болезненной для тех членов сообщества, которые не готовы критически осмыслить собственную позицию. Это определяет ограничения участия в организационном диалоге: «против того, кто старается во что бы то ни стало казаться неуязвимым, справедливо, конечно, во что бы то ни стало строить умозаключения, но это дело неблагопристойное» [5, с. 531].

Внедрение организационного консалтинга в HR-процессы в интересах бизнеса указывает на необходимость оценки эффективности данной практики, включая количественные измерения. Обучающий характер организационного консалтинга позволяет применить к его комплексной оценке методологию расчета возврата инвестиций (ROI) по формуле:

$$ROI = \frac{D - Z}{Z} \times 100\%,$$

где *ROI* – возврат от инвестиций в процентах, *D* – прирост доходов после реализации проекта, *Z* – прямые и косвенные затраты на реализацию проекта. Возможная проблема перевода результатов в материальные ценности будет решена при условии, если до внедрения ОК будут определены релевантные показатели результатов оценки эффекта (включающие категории «hard» и «soft» результатов в терминологии J. Phillips [6]), рассчитаны общая сумма затрат на внедрение ОК, коэффициент ROI до и после внедрения данного управленческого инструмента и учтена изолированность эффекта (методом контрольных групп, анализа линии тренда, методов прогнозирования, оценки участника, оценки влияния руководства, метода экспертной оценки и оценки влияния иных факторов) [7].

Таким образом, организационный консалтинг – инструмент управления человеком в организации в форме диалога, в который сотрудники включаются как члены сообщества, выступая субъектами управления, каждый из которых вносит вклад в общее решение проблемы. Организационный консалтинг интегрирует знание (опыт), мышление, деятельность, ценности и принципы участников сообщества. Практика ОК может вызвать сопротивление членов сообщества и сопровождаться угрозами со стороны внешней среды. Эффективность внедрения организационного консалтинга как управленческого инструмента подлежит комплексной оценке.

Литература:

1. Nelson L. Die sokratische Methode. Vortrag, gehalten am 11. Dezember 1922 in der Pädagogischen Gesellschaft in Göttingen. Dritte Auflage. Verlag «öffentliches Leben». Eldonejo «Publika Vivo». Göttingen 1931. URL: http://www.allerart.de/walkemuehle/sokratische_methode/Die_sokratische_Methode-Leonard_Nelson_1922.pdf (accessed 10.08.2019).
2. Heckmann G. Das Sokratische Gespräch: Erfahrungen in philosophischen Hochschulseminaren / Mit einem Vorwort zur Neuausgabe von Dieter Krohn. Herausgegeben von der Philosophisch-Politischen Akademie. Frankfurt/M.: dipa-Verlag, 1993. 153 s.
3. Kessels J. Socrates op de markt: Filosofie in bedrijf. Amsterdam: Boom, 1997. 251 p.
4. Brenifier O. The art of philosophical practice / Translated from French by: Karl-Stéphan Bouthillette. 174 p.
5. Аристотель. Топика / Сочинения в 4-х т. / ред. З. Н. Микеладзе. М.: Мысль, 1978. Т. 2. С. 347-531.

6. Phillips Jack J. Return on Investment in Training and Performance Improvement Programs. 2nd Edition. London and New York: Routledge, 2003. 395 p.
7. Phillips J., Phillips P. Hard Numbers from Soft Skills: You Can Measure the Impact and ROI for Soft Skill Programs. URL: <https://roiinstitute.net/wp-content/uploads/2017/02/Hard-Numbers-from-Soft-Skills-Article.pdf> (accessed 19.08.2019).

УДК 659.3, ББК88 52

А.В. Чистяков, М.А. Третьяков
Anatoly Chistyakov, Maxim Tretyakov
afrika28@yandex.ru, maxim1908199922@mail.ru

**Восприятие цифровизации экономики как тренда на
снижение качества потребления**
**Perception of the digitalization of the economy as a trend to reduce the quality of
consumption**

Шахтинский институт (филиал) ЮРГПУ(НПИ) им. М.И. Платова
Shakhty Institute (branch) SRSPU (NPI) named after M.I. Platov

Рассматриваются вопросы восприятия цифровизации экономики как в положительном, так и отрицательном аспекте, а также особенности цифровизации основных сфер жизнедеятельности человека. Выявлены преимущества цифровизации для обеспечения необходимого уровня потребления и качества жизни, связанных между собой, а также определены показатели качества жизни, снижающиеся при цифровизации экономики и рассмотрены пути преодоления тренда на их снижение.

Ключевые слова: потребности, уровень потребления, качество потребления, качество жизни, цифровизация, цифровая экономика, цифровые услуги.

The questions of perception of digitalization of economy both in positive and negative aspect, and also features of digitalization of the main spheres of activity of the person are considered. The advantages of digitalization to ensure the necessary level of consumption and quality of life are identified, as well as the indicators of quality of life that decrease with the digitalization of the economy and the ways to overcome the trend of their decline.

Keywords: needs, level of consumption, quality of consumption, quality of life, digitalization, digital economy, digital services.

Цифровая экономика в современном понимании (в широком смысле слова) это система экономических, социальных и культурных отношений, базирующаяся на использовании информационно-коммуникационных технологий. В узком смысле слова - это разнообразная, охватывающая все сферы жизнедеятельности человека, деятельность, непосредственно обусловленная цифровыми компьютерными технологиями. Сюда можно отнести сервисы онлайн-услуг, в том числе электронный документооборот, Интернет-банкинг, электронные платежи, Интернет-торговлю, Интернет-медицину, Интернет-образование, Интернет-игры, Интернет-рекламу и многое другое.

Цифровизация экономики в России осуществляется по программе «Цифровая экономика Российской Федерации», утвержденной Правительством РФ, и по плану перехода на использование отечественных геоинформационных технологий, утвержденному Президентом РФ.

Проблема восприятия цифровизации экономики различными слоями населения РФ в настоящее время актуализировалась. Представителями бизнес-сообщества переход на цифровую экономику воспринимается позитивно, как логичный и неизбежный процесс развития общества и государства. Главным преимуществом

интеграции предприятий и фирм в цифровую экономику бизнес-сообщество видит в повышении их конкурентоспособности.

Положительные последствия цифровизации:

- существенный экономический и социальный эффект для бизнеса и общества;
- удовлетворение конкретных уже известных и новых потребностей человека;
- повышение производительности труда на уровне отдельных производств и компаний;
- повышение доходности и конкурентоспособности бизнеса за счет новых бизнес-моделей и форм бизнеса;
- развитие мониторинга бизнес-операций, повышение их прозрачности;
- обеспечение доступности товаров и услуг для потребителя, возможности их продвижения производителем.

Обывателем, с другой стороны, цифровизация экономики воспринимается как доступность к информации и Интернет-услугам, возможность существенной экономии времени и возможность формирования собственного мнения, независимого от политического мейнстрима государства и топовых СМИ.

Однако, несмотря на положительное отношение к цифровизации экономики в обществе и государстве, общее развитие и внедрение ее происходит хаотично, интуитивно и опосредовано. Возможно, в связи с тем, что на государственном уровне, в СМИ и обществе в целом, расплывчато транслируется определение понятия «цифровизация экономики», у обывателя в фоновом режиме формируется восприятие цифровизации экономики как тренда на снижение качества потребления.

Можно выделить несколько уровней потребления: индивидуальный, коллективный и общественный. Каждый из этих уровней имеет свои особенности, но обычных людей волнует именно индивидуальный уровень потребления, так как на нем используется преимущественно конечная продукция экономики: продукты питания, жилище, одежда и обувь, транспорт, бытовые услуги и другое. В связи с этим на первый план выступает категория «качества», в ее основных проявлениях, таких как качество жизни и качество потребления.

Качество жизни - максимально интегрированный социальный показатель, характеризующий структуру потребностей человека и возможность их удовлетворения. Качество потребления характеризует особенности, условия и свойства потребления населения. Качество жизни тесно связано с качеством потребления.

Основными показателями качества жизни населения являются: доходы населения; качество питания и одежды; комфорт жилища; качество здравоохранения, образования, культуры и досуга, сферы обслуживания и социальных услуг, качество окружающей среды; безопасность.

Расширение потребления цифровых услуг воспринимается в современном обществе как тренд на снижение качества потребления.

Цифровизация может привести к снижению доходов населения, так как компьютеризация, алгоритмизация, роботизация и искусственный интеллект

существенно сужают номенклатуру профессий и сокращают рабочие места. В связи с этим необходимо на государственном уровне и с участием бизнес-сообщества решать проблемы полностью цифровизированной экономики: создавать новые профессии и рабочие места, обеспечивать занятость. Это связано с тем, что безработица, в результате цифровизации, может привести к снижению потребительской способности людей, к снижению чувства удовлетворенности жизнью, появлению чувства безысходности, а также привести и к возможным массовым выступлениям.

Цифровизация может привести к снижению стоимости медицинских услуг за счет развития Интернет-медицины, новых цифровых медицинских технологий, когда врач консультирует больного по Интернету, а не лично. Это может быть воспринято массовым потребителем как невозможность получения медицинской помощи в привычном формате, как снижение объема медицинской помощи, сворачивание программ государственного здравоохранения и, следовательно, как снижение качества медицинской помощи и уровня здравоохранения в целом.

Цифровизация, то есть активное использование обучающих программ, и предоставление цифровых образовательных услуг облегчает доступ человека к образованию. Вместе с тем создается виртуальная реальность, при которой отсутствует непосредственное взаимодействие обучающегося и педагога, что может привести к снижению качества образования.

Возможности виртуального образовательного пространства в деле обучения не безграничны. Во-первых, потому, что компьютерные программы безличны, и они не могут подменить личность педагога. Во-вторых, потому, что появляется психологическая зависимость человека от компьютера, а также Интернет-зависимость. Злоупотребление Интернетом ведет к прогрессирующей депрессии, последующей социальной изоляции, неудачам в учебе, к финансовому неблагополучию и потере работы, распаду личности и семьи [1-3].

Цифровизация содействует дальнейшему развитию сферы культуры. Повышается уровень информатизации учреждений культуры, осуществляется оцифровка книжных, архивных, музейных фондов, мирового и Российского культурного наследия, увеличивается доля информационных ресурсов о культуре в сети Интернет, в том числе увеличение количества виртуальных музеев и культурных порталов по различным отраслям знания и сферам творческой деятельности, расширяется внедрение технологий дополненной и виртуальной реальности, формируется единое информационное пространство в сфере культуры.

Однако цифровизация может привести и к снижению качества культуры, так как снижает способность человека к творческому, в том числе ручному труду, снижает способность формулировать оригинальные мысли, ограничивает фантазию и творчество готовыми картинками и видеоэффектами, ухудшает память и логику научного познания, так как нет необходимости искать и запоминать информацию, имея в своем распоряжении такие инструменты, как поисковые системы Yandex и Google.

Цифровизация в корне меняет сферу услуг, обеспечивая: универсальность; многофункциональность; мобильность и комфортность; высокий уровень прибыли у

поставщика, снижение цены услуг для потребителя; скорость предоставления услуг. В тоже время цифровизация может привести к снижению качества сферы обслуживания, так как снижает возможность получения услуг от реальных людей и непосредственного общения потребителей с поставщиками. Цифровизация заменяет реальное общение виртуальным с помощью социальных сетей, либо способствует развитию рынка эрзац-услуг, например, сексуальных услуг онлайн.

Важным аспектом функционирования цифровой экономики и цифровизации является безопасность, то есть неприкосновенность частной жизни российских граждан в цифровом пространстве и обеспечение защиты персональных данных. Цифровизация может восприниматься как тренд на снижение уровня безопасности, так как возникает возможность манипуляции пользователями под воздействием социальных сетей, вероятность деформации ценностных ориентаций, развиваются безнравственность и безответственность, и как результат - происходит десоциализация личности [4].

Для изменения восприятия цифровизации экономики как тренда на снижение качества потребления, необходимо:

- изучать положительный мировой опыт в расширении цифровизации;
- преодолевать ментальное сопротивление обывателя-потребителя;
- совершенствовать производственную и технологическую инфраструктуру цифровой экономики;
- готовить и обучать компетентные кадры в бизнесе и в государственных структурах, обучать и переобучать потребителей;
- совершенствовать законодательную и юридическую базу цифровизации экономики, а также создавать понятные схемы взаимодействия между государством и бизнесом.

Литература:

1. Чистяков А.В. Социально-коммуникативные возможности интернета в образовательных процессах: проблема социализации учащегося // Вестник Южно-Российского государственного технического университета. Социально-экономические науки. 2012. - № 2. – С. 246-252.
2. Чистяков А.В. Возможности виртуального образовательного пространства и дистанционное образование // Формирование профессиональной культуры специалистов XXI века в техническом университете: сб. науч. трудов 14-й Всероссийской. науч.-практ. конф. 26-28 марта 2014 г. – СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2014. – С. 64-67.
3. Чистяков А.В. Социально-коммуникативные возможности и опасности цифровизированного образовательного пространства // Коммуникативные стратегии информационного общества: труды X Международн. науч.-теор. конф., 26-27 октября 2018 г. – СПб.: ПОЛИТЕХ-ПРЕСС, 2018. – С. 153-156.
4. Чистяков А.В. Противодействие социокультурным угрозам десоциализации личности в цифровизированном образовательном пространстве // Коммуникативные стратегии информационного общества: труды X Международн. науч.-теор. конф., 26-27 октября 2018 г. – СПб.: ПОЛИТЕХ-ПРЕСС, 2018. – С. 320-322.

**Научно-техническая политика в условиях формирования
информационного общества в России**
**Scientific and technical policy in the conditions of formation of the information society
in Russia**

*Санкт-Петербургский государственный университет
St. Petersburg state University*

В статье рассматриваются особенности формирования научно-технической политики в условиях формирования информационного общества в России и мире. Научно-техническая и инновационная политика должна быть направлена на содействие структурным изменениям в российской экономике, повышение ее конкурентоспособности и опираться на имеющийся научно-технический потенциал. Развитие информационного общества в России несет с собой множество рисков и не выявленных проблем, которые необходимо изучать, учитывать при этом и исторический опыт. В статье рассматривается весь комплекс проблем стоящих перед Российской Федерацией на современном этапе.

Ключевые слова: информационное общество, научно-техническая политика, концепция формирования информационного общества, Российская Федерация.

The article discusses the features of the formation of a scientific and technical policy in the context of the formation of the information society in Russia and the world. Science, technology and innovation policy should be aimed at promoting structural changes in the Russian economy, increasing its competitiveness and drawing on existing scientific and technical potential. The development of the information society in Russia carries with it many risks and undetected problems that need to be studied, and historical experience should be taken into account. The article considers the whole range of problems facing the Russian Federation at the present stage.

Key words: information society, science and technology policy, concept of formation of information society, Russian Federation.

Концептуальные основы кадровой составляющей научно-технической политики РФ начали формироваться лишь в начале XXI века [1], хотя сама научно-техническая политика России имеет достаточно долгую историю [2]. Ее основными принципами являются: постоянное инновационное развитие механизма формирования кадровой политики, создание стратегии кадровой политики, обеспечение ее гибкости и адаптивности, институциональность, социальная ответственность. Между тем, в России решение проблем в сфере организации интеллектуального труда исторически носит инертный характер. Это связано с тем, что его доля в структуре общественного производства ранее была незначительной [3]. Управление этими процессами продолжает осуществляться на устаревших принципах, что не соответствует современным научным концепциям об управлении сложными социальными системами, доказавшим необходимость применения партнерских отношений в современных организациях. Определяющими при этом становятся: коллегиальность, доброжелательная, творческая атмосфера, одобрение результатов работы, возможность творческого и делового роста, признание, успех [4].

Изучение правительственных документов 2008-2011 годов позволяет говорить об осознании властью значимости наращивания интеллектуальных ресурсов, более эффективного использования и управления ими как одним из важнейших факторов

успешного развития России. В этих документах определяются в качестве первоочередных задач: оптимизация возрастного и квалификационного баланса кадрового потенциала научно-технической сферы; формирование эффективной системы воспроизводства, продвижение и обновление научных и научно-педагогических кадров; повышение количества ученых и педагогов, использующих передовой опыт ведущих мировых университетов; повышение количества и качества научных публикаций; стимулирование социальной мобильности научных и научно-педагогических кадров [5]. К настоящему времени, в условиях прежней институциональной модели управления научно-технической сферой и финансовых приоритетов, не претерпела существенных изменений тенденция обозначившаяся в научно-технической сфере в 90-е годы XX века – значительное сокращение численности исследователей и инженерно-технических работников, профессорско-преподавательского состава вузов на фоне обесценивания социального статуса научно-технической интеллигенции, роста динамики «маятниковой миграции», отсутствия целенаправленной государственной стратегии по регулированию мобильности кадров [6].

Осуществленный анализ позволяет констатировать наличие в практически всех звеньях формируемой отечественной национальной инновационной системы таких острейших проблем, как дефицит квалифицированных кадров, возрастной дисбаланс, отсутствие мотивации в инновационной деятельности. В этих условиях активизируется процесс «утечки умов» молодых ученых, который стимулируется низким уровнем оплаты труда в сфере науки и образования. Статистические данные показывают сравнительно невысокую популярность инженерно-технического образования и одновременно нехватку такого рода специалистов в ряде отраслей промышленности. В целом кадровая политика промышленных предприятий не претерпела значительных изменений. Российские компании не спешат вкладывать значительные средства в развитие человеческого капитала, так как подобные инвестиции требуют длительного планирования, предпочитая переманивать опытных специалистов [7].

В условиях ограниченности ресурсов, усиления конкуренции, изменения характера труда, определяющей роли качества и новизны продукции необходимо создание условий, которые стимулировали бы интеллектуализацию труда, творческое развитие, самореализацию индивида в процессе трудовой деятельности [8]. Движение России к информационному обществу, инновационной экономике выдвигает новые требования к формированию специалистов в области техники и технологии. Высшая техническая школа призвана создать условия для эволюционного выращивания новой генерации высокообразованных профессионалов в области инженерии, что понималось и в начале XX века [9], способных реализовать устойчивое динамическое развитие конкурентоспособной экономики и прорывное развитие различных областей практики на основе высоких образовательных и наукоемких технологий. Выявляется потребность в специалистах, для которых установка на саморазвитие, профессиональное мастерство, выработка индивидуального стиля деятельности являются приоритетными на протяжении всей жизни. По сути дела, речь идет о

формировании социального заказа научному комплексу, который бы обеспечил соответствие между наукой, инновационной сферой и структурной реорганизацией экономики и требованиями, диктуемыми современной цивилизацией.

Литература:

1. Концепция формирования информационного общества в России // Информационное общество. 1999. №3. С.3-11.
2. Мичурин А.Н. Деятельность «прогрессивных групп» в Государственном совете в 1915 - 1917 годах: дис... кандидата исторических наук. СПб. 1997. 365 с.
3. Мичурин А. Н. Деятельность «прогрессивных групп» в Государственном совете в 1915 - 1917 годах: Автореф. дис. ... кандидата исторических наук. СПб, 1998.29 с.
4. Дегтярева Р.В., Мичурин А.Н. Отечественная история. История информационной революции и информационного общества. СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2010. 86 с.
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. 9-15.
6. Модернизация: зарубежный опыт и Россия / В. А. Красильщиков, В. П. Гутник, В. И. Кузнецов, и др.. М.: Инфомарт, 1994. 115 с.
7. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. М.: ГУ ВШЭ, 2000. 458 с.
8. Балув Д.Г. Информационная революция и современные международные отношения: Учебное пособие. – Нижний Новгород: ННГУ, 2000. 107 с.
9. Мичурин А. Н. Государственный совет и кризис власти накануне Февральской революции// Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Гуманитарные и общественные науки. 2012. №2. (148). С. 91-99.

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

Я.Г. Коваленок

Yana Kovalenok, kovalenok yana@mail.ru

Коммуникативное пространство «Новой библиотеки» Communication space of the «New Library»

*Кемеровский государственный университет
Kemerovo State University*

«Новая библиотека» формирует актуальные коммуникационные возможности для взаимодействий с читателями/пользователями. Идет трансформация функций библиотеки, гибридизация ее читательского пространства. Библиотеки осваивая виртуальную среду, реагирует на изменения требований общества к информации. «Новая библиотека» организует виртуальное коммуникативное пространство на основе распространения знаний и информации.

Ключевые слова: «новая» библиотека, электронная библиотека, виртуальная среда, пользователь библиотеки

Transformation of library functions, changes in the external environment and interactions with it lead to structural changes. Libraries mastering the virtual environment react to changes in the requirements of society to it and become full-fledged elements of the online space.

Key words: «new» library, electronic library, virtual environment.

Библиотека – это особое пространство, созданное для хранения и циркуляции информации. Устоявшиеся формы деятельности библиотек приходят в противоречие с новыми социокультурными условиями, которые определяются процессами интернетизации, гибридизации пространств. Библиотека, преодолевая проблемы экономического, коммуникационного, технологического свойств, становится динамичным социокультурным ресурсом развития общества. Обогащаясь

инновационными технологиями, библиотека создает пространство знаний, территорию досуга, систему интеграционных партнерских связей.

Библиотека как институт хранения информации обрывает новыми функциями, адаптируясь к новым потребностям людей. Рождаются новые практики жизнеобеспечения в социокультурном пространстве городов и населенных пунктов [1]. Цель «Новой библиотеки» – циркуляция и продвижение информации в социокультурной среде города.

Одним из путей модифицирования библиотеки стало использование новых технологий, благодаря которым библиотека стала осваивать виртуальное пространство, создавая формат электронного каталога. Понятие «библиотечный каталог» впервые был закреплён в ГОСТ 7.76–96. Электронный каталог – это «машиночитаемый библиотечный каталог, работающий в реальном режиме времени и предоставленный в распоряжение читателя». Электронный каталог служит исследовательской базой, с помощью него изучаются укомплектованность фонда, предпочтения читателей, создается ретроспективная конверсия каталогов [2]. Виртуальная среда работы библиотеки обеспечивает возможность доступа читателей к ресурсам интернета. Традиционные библиотеки с читальными залами и машинопечатными изданиями, используя технологии интернета для расширения своих возможностей, преобразовываются в библиотеки нового типа.

«Новая библиотека» – это интегральная структура аккумуляции и распространения знаний/информации, зафиксированных на различных носителях, объединяющая на знаниевой и информационной основе пользователей и элементы социокультурной среды в формате сочетания традиционных и инновационных форм библиотечной работы.

«Новая библиотека» осваивает пространство Интернета. Такое пространство есть специфическая социокультурная среда, которая обладает характеристикой виртуальности, объективности, рукотворности, интерактивности, мультимедийности, автономности. Виртуальная реальность – это «система, в которой сама реальность погружена в виртуальные образы, в выдуманный мир, мир, в котором внешние отображения находятся не просто на экране, через который передается опыт, но сами становятся опытом» [3]. Л. Г. Ионин считает, что виртуальная реальность есть совокупность техник, позволяющих интегрировать человека в созданную компьютером среду [4]. Виртуальность встроена в структуры киберпространства – информационной проекции реального пространства, оснащенного формами интернет-сервисов: чаты, каталоги, поисковые системы [5].

Используя информационные технологии, библиотеки расширяют территорию обслуживания, появляется категория «удаленных» пользователей – специфических читателей, не посещающих библиотеку «физически». Идея доступа к информации начинает преобладать над идеей владения информацией [6]. Читательский статус пользователя оформляется и закрепляется в реальном и виртуальном пространстве.

В этом пространстве рождаются новые формы работы «Новой библиотеки». Создаются базы данных по социальным, правовым, экономическим, краеведческим

вопросам, осваиваются аналитические методы переработки информации, сохраняющие смысловые фрагменты документов. Библиотека, расширяя свой спектр услуг, переводит формат общения с пользователями на собственные сайты [7]. Через сайт библиотеки предоставляют информационные услуги (виртуальная справочная служба, юридические консультации, электронная доставка документов). «Новая библиотека» становится интерактивной площадкой по предоставлению библиотечно-информационных услуг в интернете.

Виртуальная справочная служба в режиме реального времени отвечает на запросы пользователя, предоставляет библиографическую и фактографическую информацию. Удовлетворяются потребности аудитории посредством работы чатов, видео-общения (Skype), чат-ботов. Появились возможности сопровождения пользователя с помощью совместного просмотра, при котором библиотекарь видит экран читателя и помогает найти необходимую информацию в поисковике баз данных библиотеки.

Электронная доставка документов повышает продуктивность и оперативность обслуживания. Услуга предусматривает предоставление запрашиваемого документа, даже при отсутствии в фонде библиотеки в результате запросов в другие библиотеки. Электронная доставка документа положительно влияет на сохранность фонда библиотеки, приводя к минимуму взаимодействие читателя с первоисточником.

Статистика предоставления «удаленных» библиотечных услуг имеет положительную динамику. В 2017 году количество читателей, записавшихся в Российскую государственную библиотеку удаленно, возросло на 45,8% и составило 9870 человек. С увеличением объемов электронных ресурсов РГБ, в том числе полнотекстовой базы данных, растет интерес к ним виртуальных пользователей. В 2017 году общее количество документов, выданных из Электронной библиотеки РГБ удалённым пользователям, выросло до 10 719982 [8].

Работниками библиотеки используются «Библиотека 2.0» – это модернизированные формы библиотечных услуг для пользователя, которые включают в себя онлайн-сервисы, электронные каталоги, мобильные комплексы информационно-библиотечного обслуживания, оснащенные мультимедийными изданиями, электронные переносные устройства, которые расширяют доступ к фонду библиотеки. Библиотечные сети подключаются к Национальной электронной библиотеке, что способствует формированию единого российского электронного пространства знаний.

Библиотеки осваивают нетрадиционные пространства, организуя опосредованную коммуникацию между пользователями: например, буккроссинг на железнодорожных вокзалах, городских парках в летнее время, детских площадках. При библиотеках создаются коворкинг центры, где посетители индивидуально или в составе группы, объединенной общими требованиями и интересами, могут использовать библиотечное пространство для совместной деятельности.

«Новая библиотека» уплотняет и гибридизирует свое пространство, предоставляя возможность совмещения разных видов деятельности в одном и том же времени и/или месте. Традиционное библиотечное пространство трансформируется. Оформление пользовательских мест в читальных залах претерпевает изменения. Библиотеки

принимают формат коммуникационных пользовательских площадок, с зонами отдыха и общения посетителей, с предоставлением доступа к WI-FI, организуются игровые места и комнаты для переговоров.

Таким образом, рождается формат «Новой библиотеки», оснащенной современными технологиями информационного обслуживания населения. Формы работы такой библиотеки направлены на организацию коммуникативного пространства между пользователями и библиографами. Библиотека становится мощным средством сообщения, интегрируя, объединяя информацию в информационную сеть, управляя ее направлениями и структурами.

Литература:

1. «Умные технологии» в системе жизнеобеспечения городов Кузбасса: социально-политический и социокультурный контексты: монография / Л. Ю. Логунова, Е. В. Головацкий, Е. А. Маженина, Н. В. Нятина. – Кемерово, 2018. – 284 с.
2. Земсков А. И. Электронные библиотеки / А. И. Земсков, Я. Л. Шрайберг. – Москва: Либерия, 2003. – 352 с.
3. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. Культура реальной виртуальности. URL: http://polbu.ru/kastels_informepoch/ch48_all.html (дата обращения: 17.10.2019).
4. Ионин Л. Г. Социология в обществе знаний: от эпохи модерна к информационному обществу. М.: Изд. Дом ГУЦ ВШЭ, 2007. С. 93.
5. Логунов, Я. М. Политическое участие в пространстве Интернет: субъекты и формы / Я. М. Логунов / Научно-технический прогресс: актуальные и перспективные направления будущего: материалы международной конференции (10-11 августа 2016 года). – Т. 2. – Кемерово: ЗапСибНЦ, 2016 – С. 29-32.
6. Коваленок Я. Г. Социальные функции «новой библиотеки» // Danish Scientific Journal. – 2018. – № 11. – С. 66–69.
7. Опарина О. Д. Веб-сайт в библиотечной технологии / О. Д. Опарина, Е. А. Охезина // Научные и технические библиотеки. – 2004. – № 7. – С. 41-46.
8. Публичный отчет о деятельности Российской государственной библиотеки в 2017 году. «Годовой отчет о работе РГБ за 2017 год» // Российская государственная библиотека. URL: https://www.rsl.ru/photo/!_ORS/1-O-BIBLIOTEKE/7-documenty/year-report/annual_reviu_2017.pdf. <http://www.kemrsl.ru/events.html> (дата обращения 09.10.2019).

УДК 808.5, ББК 60.0

Е.С. Никитина
Elena Nikitina, m1253076@yandex.ru

Косвенные речевые стратегии и области их применения Indirect speech strategies and their application areas

*ФГБУН Институт языкознания РАН
Institute of Linguistics, RAS*

Эффективность речевой тактики – прямая производная от степени творческой активности слушателя. Творческое мышление имеет аналоговую природу - сближение объектов и понятий, вне риторической ситуации не поддающихся сближению. Цифровые технологии, предоставляя внешнюю память, перестраивают человеческое сознание, в котором получают предпочтение косвенные речевые стратегии.

Ключевые слова: тактики речевого воздействия, творческая активность слушателя, внешняя память, имплицативные формы речи.

The effectiveness of speech tactics is a direct derivative of the degree of creative activity of the listener. Creative thinking has an analogous nature - the convergence of objects and concepts, outside of the rhetorical situation that are not amenable to convergence. Digital technologies, providing external memory, rebuild the human consciousness, in which indirect speech strategies are preferred.

Keywords: tactics of speech impact, creative activity of the listener, external memory, implicative forms of speech.

Прямые тактики речевого воздействия есть тактики открытого типа. Предполагается, что, пользуясь открытыми тактиками, говорящий сообщает слушателю прямо и непосредственно то, что имеет в виду. Дж. Серль о подобного рода речевых тактиках высказался так: «В таких случаях происходит следующее: говорящий стремится оказать определенное иллокутивное воздействие на слушающего; он стремится сделать это, побуждая слушающего опознать его намерение оказать такое воздействие; наконец, он стремится побудить слушающего опознать это намерение с опорой на имеющиеся у слушающего знания о правилах, лежащих в основе производства высказываний» [1].

Прямые высказывания можно считать «простейшими» в том отношении, что они практически не могут быть видоизменены. Раз и навсегда найденная форма сохраняется потому, что она не может быть другой: прямые значения языковых единиц не подлежат варьированию.

Иное дело косвенные речевые акты. Косвенная тактика речевого воздействия есть тактика интригующая, учитывающая слушателя в сообщении. Особенностью косвенных тактик является то, что они предоставляют слушателю свободу в понимании и интерпретации сообщений. Если мы заинтересованы в слушателе-собеседнике, способном в процессе общения перерабатывать информацию даже за счет отрицания самых дорогих нам установок – косвенные тактики оказываются самыми результативными. «Оказывайте доверие лишь тем, кто имеет мужество при случае вам поперечить и кто предпочитает ваше доброе имя вашей милости», – эти слова принадлежат Екатерине II и, представляется, точно определяют тип диалогических отношений между партнерами по речевой коммуникации.

Если прямая тактика воздействия на слушателя фактически предполагает иерархически структурированную, вертикальную модель речевого взаимодействия, где критическое отношение к сообщению исключается. Поскольку то, что сформулировано прямо, можно лишь принять или отвергнуть. Но то, что сформулировано косвенно, нуждается в осмыслении. Вот почему, приглашая слушателя в собеседники, иначе, выстраивая горизонтальную модель речевой ситуации, мы должны обеспечить ему возможность действительно участвовать в «конструировании» содержания сообщения, а не создавать иллюзии сотрудничества, при которой одна из «сотрудничающих» сторон фактически лишена каких бы то ни было прав, кроме права «верного» понимания.

Воспитатели и учителя применяли творческие и прямые тактики воздействия в зависимости от ситуации взаимодействия. Если было необходимо привлечь адресата к раздумьям, рефлексии над своими действиями или поступками, оценить ситуацию – использовались косвенные тактики. Примеры мы находим в одной из гениальных книг по воспитанию, где автор в сатирической форме дает правила, с чего нужно начинать, если хочешь сделать детей испорченными и больными, жестокими и мстительными, завистливыми и злорадными, угрюмыми и упрямыми и т.п. Под каждым правилом приведены примеры родителей, следовавших этому правилу. «Как сделать детей глупыми: Раздавай им оплеухи, когда они совершают оплошность... <...> Кому дураки

в радость, тому надо воспитывать своих детей именно так, эффект от этого окажется замечательным. *Probatum est*» [2].

Цифровое общество поменяло запрос на коммуникативные стратегии. Как заметил А. Войскунский, цифровые технологии представляют собой нечто большее, чем средство культурного опосредствования: они предоставляют внешнюю память, которая не просто добавляется к натуральной и культурной памяти, но и решительно перестраивает человеческое сознание, заставляя его действовать по-новому. «Они усиливают перцептивные способности человека... <...> они открывают возможность по-иному планировать и осуществлять мыслительную активность, формировать и реализовывать ранее казавшиеся недостижимыми цели; привлекать к обсуждению и реализации подобной перспективы неограниченное количество распределенных по всему миру компетентных и имеющих собственное мнение специалистов» [3].

Фактически, любая из косвенных тактик оказывается не вполне однозначной: выводы, добываемые слушателем в этом случае, бывают менее уловимыми, но зато более интересными. Кроме того, если прямая тактика гарантирует всем слушателям один и тот же результат, то косвенная тактика в идеале приводит каждого слушателя к своему результату: выводы, к которым приходят разные слушатели, не покрывают друг друга полностью. Мир понятий становится многообразно объемным. В речевом обиходе всегда существовали искусства, связанные с косвенными речевыми тактиками: искусство иронии, искусство комплимента, искусство намека, искусство шутки, этикетные или метафорические формы бесед. Их еще называют имплицативными искусствами. Под импликацией в лингвистических теориях, базирующихся на риторике, принято понимать «подразумевание», наличие скрытого смысла (умысла).

Гипотеза состоит в том, что эффективность речевой тактики зависит от степени творческой активности слушателя. Последняя же не совместима со слепым подчинением концепции говорящего.

Остается только присоединиться к утверждению Юрия Лотмана, что «творческое мышление, как в области науки, так и в области искусства имеет аналоговую природу и строится на принципиально одинаковой основе – сближении объектов и понятий, вне риторической ситуации не поддающихся сближению» [4]. Из этого вытекает, что создание метариторики превращается в общенаучную задачу, а обучение косвенным коммуникативным стратегиям – задачей формирования творческого мышления.

Литература:

1. Серль Дж. Косвенные речевые акты./Новое в зарубежной лингвистике. Вып. XVII. Теория речевых актов. – М.: Прогресс, 1986. – С. 195.
2. Зальцманн Кристиан Готтхильф. Книжка для раков. Книжка для муравьев. Пер. с нем. Издано Маттиасом Дрегером. М.: Изд. «Райхль». – С 123-124.
3. Войскунский А.Е. Человек в цифровом обществе // Цифровое общество как культурно-исторический контекст развития человека: сборник научных статей и материалов международной конференции «Цифровое общество как культурно-исторический контекст развития человека, 11-13 февраля 2016, Коломна/ под общ. ред. Р.В. Ершовой. – Коломна: Государственный социально-гуманитарный университет, 2016. – С. 9.
4. Лотман Ю.М. Избранные статьи: в 3 томах / Ю. М. Лотман. - Таллинн: Александра, 1992-1993. Т.1: Статьи по семиотике и типологии культуры. 1992. –С.175-176.

**Исследование отношения молодых россиян к экономике
совместного потребления**
Exploring young Russian people's attitudes to the sharing economy

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого (Россия)
Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University (Russia)

В данной статье исследуется новая бизнес-модель совместного потребления, в которой право собственности на товар уже не является столь важным, и люди предпочитают платить за доступ к определенным товарам, принадлежащим другим. Этот феномен называется ‘шеринговая экономика’ или ‘экономика совместного потребления’. Сегодня шеринговая экономика – катализатор превращения мира в глобальный рынок, где люди делятся друг с другом не только физическими объектами, но и знаниями и навыками; этому процессу способствуют современные интернет-платформы. Целью данного исследования является анализ текущего состояния экономики совместного потребления в России, особенно отношения молодого поколения к данной бизнес-модели.

Ключевые слова. Шеринговая экономика, интернет-платформы, Россия, молодое поколение

In this paper, a new business model of collaborative consumption is investigated in which ownership of a good is no longer essential and people prefer to pay for the access to certain goods belonging to others. This phenomenon is called ‘sharing economy’. Nowadays the sharing economy is a catalyst for transforming the world into a global marketplace, where people share not only physical objects, but also knowledge and skills; sophisticated internet platforms encourage this process. The goal of this study is to analyze the state of the art of the sharing economy in Russia, especially the attitudes of young generation towards it.

Key words. Sharing economy, internet platforms, Russia, young generation

Introduction. People learned how to share in the infancy of mankind: primitive men, having passed from hunting and gathering to sedentary life, had common land and tools. However, the concept of ‘sharing economy’ has only recently appeared. The reason is that previously the process of finding a “partner” for joint consumption was quite difficult and time-consuming. The Internet development and in particular the emergence of social networks have made such a search fast and convenient; consequently sharing has become more popular among people. This phenomenon was called ‘sharing economy’ (shared consumption) – and was included in the list of ideas compiled by the Time magazine that will change the world in the near future [1]. The essence of sharing is using resources more efficiently: on a win-win principle one provides to the other something he/she does not need on a permanent or temporary basis.

In 2010 the concept of shared consumption was proposed in the book "What's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption" by economists Rachel Botsman and Roo Rogers. The main idea is that it is often more profitable and convenient for the consumer to pay for temporary access to the product than to own it [2]. During the speech at the TED conference in 2010, Rachel Botsman said that sharing economy was a new socio-economic model that would revolutionize our consumption of goods and services [3]. Botsman was absolutely right. Today the sharing economy is actively developing, affects and changes many areas of life. The global market for sharing services is growing at an average of 33% per year, and by 2025 it may reach \$335 billion [4]. Millions of people around the world already use

the Airbnb rental service, the BlaBlaCar app to find fellow travelers, the Uber taxi ordering service, the eBay online auction and other products.

Originally, the idea of joint consumption caught on in the elite segment. Wealthy consumers quickly realized that it was more costly to own planes, expensive cars and country residences alone, than to share them with other people. So there was a startup JetSmarter which allows people to rent the private planes. The investors were rapper JayZ and the Saudi Royal family, who invested a total of \$105 million in the company [5].

Pioneers in sharing economy for the middle class were the founders of vacation rental service Airbnb – Brian Chesky and Joe Gebbia. In 2008, they began renting out air mattresses in a rented apartment in San Francisco to save up for rent. A year and a half later, the company attracted \$1 million in investment and almost the same amount of users. In 2016, the number of active Airbnb users increased ten thousand times, the service was used daily by 500 thousand travellers, or 115 million people a year. The company is now more expensive, than the hotel giants Hilton and Hyatt combined [6].

The ideas of sharing economy quickly penetrated into other spheres of life. In China, the startup Sharing E Umbrella rents out umbrellas, the German company Conjoule has created a marketplace for owners of solar panels and wind turbines, where they can sell excess electricity. The Rentoid service allows you to rent tents, sleeping bags and other camping equipment.

Research questions and methodology. The objective of this pilot research is to explore the attitudes of young generation in Russia towards the phenomenon of sharing economy, to reveal the state of the art, awareness of risks, preferences, etc. To achieve the goal, a questionnaire was composed which contains 4 groups of questions: questions about awareness, about people’s motivation for participating in the sharing economy, questions about obstacles, and general questions to reveal the key characteristics of the survey participants (i.e. gender, occupation, etc). The questions are of several types: multiple choice, open questions, yes/no questions. The survey was spread among people in St. Petersburg and Moscow. The survey was distributed via Facebook, Instagram, VKontakte, among students and also among personal acquaintances of the authors of the current research; it was available online for three months; the data obtained were analyzed using software ‘SPSS’.

Key findings and discussion. During the three-month timeframe, the survey yielded responses from 230 people⁷⁶. Among them 86.7 % are young people from 18 to 30 years old, 9.9% are 31-40 years old, the rest of the respondents are people over 41 years old. The results are shown at the Figure 1. Among the respondents the highest percentage of people have income from 25 000 to 40 000 rubles. It is not a surprise because the average age of the respondents is around 24 years old, so the majority are just starting their careers.

Now let us explore the results of the key blocks of our survey (awareness, motivation, obstacles).

Awareness. The following question was asked: “What sharing economy platforms are you familiar with?” The most known sharing platforms are shown in Figure 1 (more than one option could be chosen).

⁷⁶ The authors thank Polina Pakhomova for helping to collect the data

Figure 1 demonstrates that among our respondents Avito, Uber, eBay, BlaBlaCar, Airbnb, Couchsurfing are the most popular sharing economy platforms.

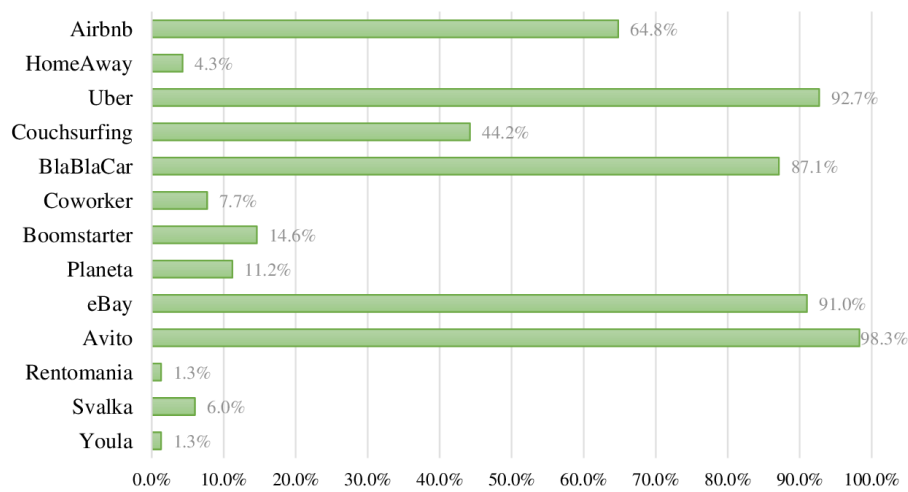


Figure 1. Respondents' awareness about sharing economy platforms in Russia

Moreover, we collected information about the usage of different types of sharing economy services (Figure 2). The question asked was “What kind of services have you ever used as a consumer?”

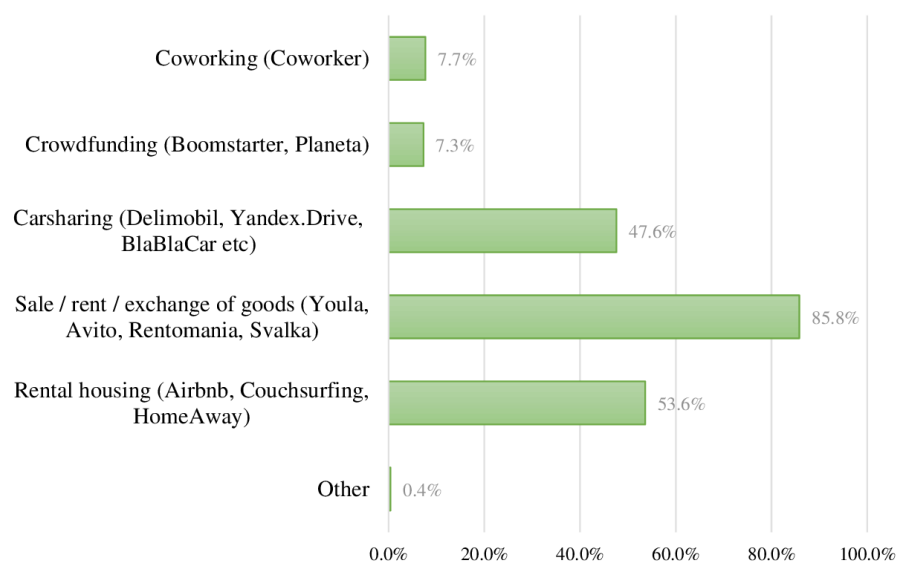


Figure 2. Usage of different types of sharing economy services

According to Figure 2, the most favorable type of sharing economy services usage among the respondents are resale/exchange of used goods (85.8%), accommodation sharing (53.6%), and carsharing (47.6%).

Motivation. The next part of the survey was aimed at analyzing the reasons of using sharing economy services in various types of sharing economy platforms. For example, the following question was asked about sharing accommodation (as consumer): “Estimate the importance of the following factors while renting an apartment on sharing economy platforms?” The results we got are shown in the Figure 3.

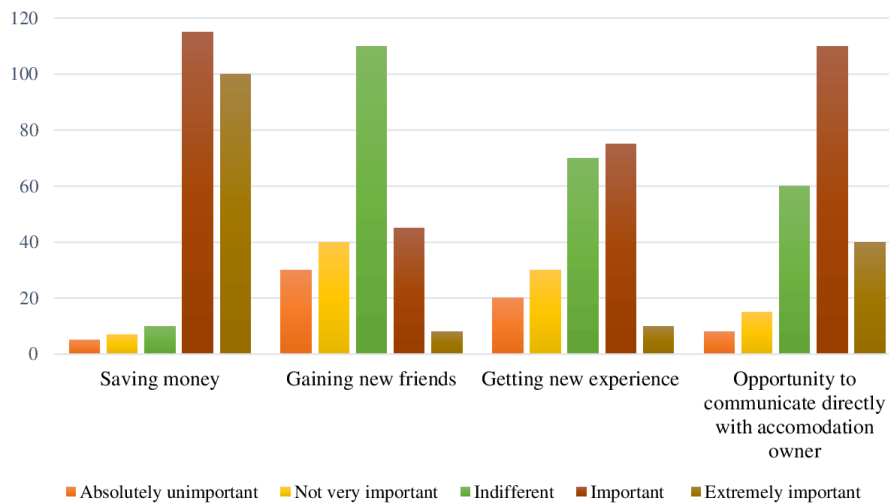


Figure 3. Reasons of using accommodation sharing services (as consumers)

According to the Figure 3, the most important things for the respondents using accommodation sharing as consumers are saving money and opportunity to discuss the details, to ask questions directly to the accommodation owner

Risks. Finally the respondents were asked about their perception of risks in using various services of sharing economy platforms. For example, the following question was asked about accommodation sharing: “What risks can you face using accommodation sharing?” (Options suggested: “Bad service of the accommodation”; “The apartment in the photo and real life will differ”; “Bad neighbors (if you rent room in a big apartment)”; “Risk of fraud, i.e. of your things being stolen”; “Uncertainty in hygiene (linen, towels)”; “Not getting along well with the host or neighbors”). The survey participants gave the highest priority to the risk of fraud (83.2%); concerns about hygiene (75.4%); concerns about noisy neighbors (53%).

A similar question was asked about the perceived risks of using car sharing. The results are represented in Figure 4.

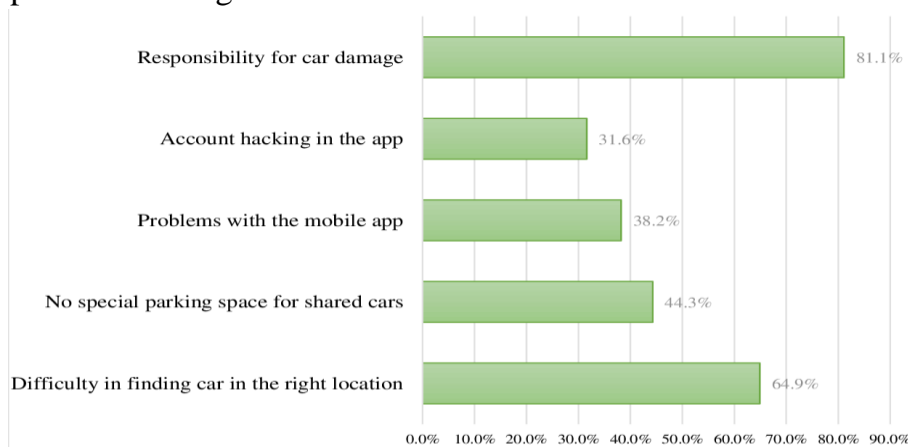


Figure 4. Perceived risks of using car sharing and carpooling services

It can be concluded that the main risks the respondents see in using car sharing are responsibility for car damage (81.1%) and difficulty in finding car in the right location (64.9%).

Conclusions. In this paper the current state of the art of the sharing economy in Russia were revealed; the key motivations, risks that people perceive in using most popular sharing

platforms were described. This research is only limited to St. Petersburg and Moscow, the two biggest cities in Russia, so it is hard to generalise; furthermore, the majority of participants are below 30 which makes the results of this research rather narrowly focused. One of the directions for further research can be extending the questionnaire to investigate more the issues of trust to the sharing platforms, and involving more mature generation to complete the survey. It seems very logic that young (and therefore lower-income) people would use sharing to save money. However, what drives adult and weal-off consumers to prefer somebody else's car and apartment? Moreover, is the sharing economy boom going to be long lasting or is it just a fancy trend?

References:

1. Time magazine. 10 Ideas That Will Change the World. URL: http://content.time.com/time/specials/packages/article/0,28804,2059521_2059717_2059710,00.html [Accessed 18 Oct, 2019].
2. Botsman, Rachel and Rogers, Roo (2010). What's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption
3. TEDx Talks. The rise of collaborative consumption by Rachel Botsman (2010). URL: <https://www.youtube.com/watch?v=AQa3kUJPEko> [Accessed 18 Oct, 2019].
4. Yaraghi, Niam and Ravi, Shamika (2017). The Current and Future State of the Sharing Economy. Brookings India IMPACT Series No. 032017. March 2017. URL: https://www.brookings.edu/wp-content/uploads/2016/12/sharingeconomy_032017final.pdf [Accessed 18 Oct, 2019].
5. Финансово-экономический журнал Forbes Russia. Как 'совместное потребление' меняет нашу жизнь и можно ли на этом заработать. <https://www.forbes.ru/karera-i-svoy-biznes/347961-kak-sovmestnoe-potreblenie-menyayet-nashu-zhizn-i-kak-na-etom-zarabotat> [Accessed 18 Oct, 2019].
6. Независимое издание о технологиях и бизнесе Rusbase. Всюду шеринг: что такое экономика совместного потребления. URL: <https://rb.ru/story/share-it/> [Accessed 18 Oct, 2019].

УДК 324:008, ББК 60.2

С.С. Скорнякова
Svetlana Skorniakova, salagot@yandex.ru

Интернет-продвижение информационно-библиотечных ресурсов как части социотехнической среды вуза Internet promotion of information and library resources as part of the socio-technical environment of the University

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

Цель работы - показать, что потребности и запросы образовательного процесса ставят новые задачи совершенствования информационных технологий библиотеки как части социотехнической среды вуза и определяют растущую значимость вузовской библиотеки, как организатора доступа к разнообразным информационным ресурсам.

Ключевые слова: интернет-продвижение, информационные технологии, конференции, PR и реклама, социотехническая среда вуза.

The purpose of the work is to show that the needs and requests of the educational process pose new challenges to improve the information technology library as part of the socio-technical environment of the University and determine the growing importance of the University library as an organizer of access to a variety of information resources.

Key words: Internet promotion, information technologies, conferences, PR and advertising, sociotechnical environment of the University.

На современном этапе глобальной информатизации общества значительно возросла посещаемость библиотек, так как свободный и неограниченный доступ к информации и знаниям возможен в основном в библиотеках. Особенностью

современной действительности является то, что «главную ценность получает не фиксированный ограниченный объем знания, получаемого студентом в вузе, а умение осуществлять информационную деятельность, работать с информацией, осознавать свои лично значимые информационные потребности и запросы» [1,с.108]. С недавнего времени на портале ИБК функционирует онлайн-чат для всех посетителей данного портала. Онлайн-чат позволяет оперативно, в течение нескольких минут, получить ответ на интересующих студентов и преподавателей вопрос. Такой метод общения очень эффективен и популярен во многих других организациях. На данный момент Информационно-библиотечный комплекс внедрил распространение QR-кодов со ссылками на те или иные новости и мероприятия с рекламных носителей в электронном виде.

Развитие Интернета сделало новые коммуникационные технологии продвижения библиотечных услуг доступным средством, они обеспечили доступ к информации огромному числу пользователей. Наиболее популярными и распространенными инструментами рекламирования стали социальные сети, которые позволяют информировать читателей о новшествах организации незамедлительно, дешево, столько раз, сколько потребуется и в таком объеме, в котором потребуется.

Таким образом, потребности и запросы образовательного процесса ставят новые задачи совершенствования информационных технологий библиотеки и определяют растущую значимость вузовской библиотеки, как организатора доступа к разнообразным информационным ресурсам.

Литература:

1. Бейсетаев Д.Б.,Султанова Б.К.Создание единого информационного пространства вуза.//Молодой ученый.2015.№23.С.107-110

УДК 378.014.15, ББК 71.4+87.53

И.П. Березовская, С.В. Шапиро
Irina P. Berezovskaya, Svetlana V. Shapiro
ipberezovskaya@mail.ru, zobero@yahoo.com

PR-деятельность в сфере культуры.

PR - activity in the sphere of culture

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

Данная статья посвящена задачам PR-сопровождения деятельности культурного учреждения на примере театра с учетом специфики современного информационного пространства. В статье обозначена роль многообразия культурной среды региона для качества жизни и развития территории. Охарактеризованы предпочтения молодежи как потребителей на рынке культурной продукции. Выявлено, что театр недостаточно популярен как вид искусства у молодежи. Описаны основные особенности и трудности продвижения театрального продукта в условиях высокой конкуренции в сфере проведения досуга. На основе результатов социологического исследования предложены возможные PR-приемы для популяризации театра среди широкой общественности и молодежи на основе современных каналов коммуникации.

Ключевые слова: Культурная политика, культурная продукция, PR-технологии, искусство, театр, молодежь, связи с общественностью

The article is devoted to the problems of PR-support of cultural institutions on the example of the theater, taking into account the specifics of the modern information space. The article describes the role of the diversity of the cultural environment of the region for the quality of life and development of the territory. The preferences of young people as consumers in the market of cultural products are characterized. It is revealed that the theater is not popular enough as an art form among young people. The main features and difficulties of promotion of theatrical product in the conditions of high competition in the sphere of leisure are described. Based on the results of the sociological research, possible PR-techniques for popularizing the theater among the General public and young people on the basis of modern communication channels are proposed.

Keywords: Cultural policy, cultural products, PR-technologies, art, theater, youth, public relations

Опыт общения с учащимися высшей школы на занятиях по гуманитарно-обществоведческим предметам позволяет прийти к выводу, что первичным, базовым культурным пространством для современной молодежи являются визуальные мультимедиа – кинематограф и его производные. Для них этот информационный канал выступает основным источником культурных впечатлений. Молодежь знает, что культура многомерна, полифонична, включает различные виды искусства, позволяющие получить особый эмоциональный опыт. Многие ребята признают ценность впечатлений от разнообразных сфер художественной деятельности и с удовольствием посещают театры, музеи, концерты, в том числе классической музыки. В то же время для большей части молодежи понимание важности этих областей культуры остается отвлеченным, не находит искреннего внутреннего отклика. В первую очередь ребята выберут просмотр кинофильма, и только потом другие виды искусства.

Сложившаяся ситуация потенциально может привести к “оскудению”, “сужению” мира культурной жизни и “выключенности” молодежи из этого пространства. Культурная политика крупных общественных субъектов уровня государств и активность конкретных культурных учреждений направлены на поиск способов привлечения молодежной аудитории.

Современное общество характеризуется избытком информационных потоков, а свободное время населения становится предметом конкурентной борьбы различных сил (бизнес, политика, спорт, сфера услуг, культурные проекты). Напряженность этой конкуренции стимулирует поиск инновационных подходов и технологий заинтересованными субъектами [1]. Одновременно, как отмечают И. В. Князева и А. Н. Сапрыкина, российский потребительский рынок характеризуется недостаточной насыщенностью, неразвитостью сферы услуг и недостаточным уровнем спроса на культурную продукцию [2]. Россия пока только вступает в зону, где для финансовой активности определяющей является “экономика переживаний”, а один из самых востребованных “товаров” – эмоции и впечатления [3].

Объектом исследования в настоящей работе является применение PR-технологий в сфере культуры. Предмет работы заключается в выявлении актуальных приемов для продвижения театрального продукта среди широкой общественности. Цель – разработка комплекса мер для популяризации театра среди молодежи. Задачи исследования: определить возможности использования PR-технологий в культурной среде; выявить основные особенности театрального продукта и специфику его продвижения; предложить PR-приемы для продвижения театрального продукта. Для

решения поставленных задач использовался комплекс методов, включая мониторинг электронных ресурсов и социологический метод (Интернет-опрос). Практическая значимость: разработки могут быть применены в PR-сопровождении деятельности театра.

Активность культурных учреждений, включая театр, имеет существенные отличия от работы промышленных компаний и сервисных служб. Выпускаемый “продукт” – спектакль – очень специфичен. В “обществе потребления” он, как и многие другие предложения в сфере досуга, принадлежит и миру духовности и миру бизнеса. Методы продвижения объектов культуры, так же, как и товаров, диктуются миром конкуренции [4]. Необходимо создавать индивидуальный образ, который закреплялся бы в сознании общественности и помогал бы потребителю идентифицировать определенное культурное событие с собой и своими потребностями.

Основными стратегическими направлениями PR-деятельности учреждения культуры являются поддержание привлекательного имиджа и предложение востребованного “культурного продукта”. Социальные процессы исключительно многообразны и взаимосвязаны, именно на это и необходимо опираться при разработке усилий по продвижению театра. Связи с общественностью нацелены на создание и поддержание позитивного имиджа организации посредством специальных технологий, включая благотворительность и долгосрочные социальные программы. Обеспечение максимальной доступности для граждан культурных благ – один из показателей качества жизни общества [5]. Возможность посещения театра имеет большое значение для формирования культурной среды в городе, регионе, стране. Театральное искусство обладает особой силой воздействия на зрителя, побуждая того к сотворчеству. Театральные зрители, наряду с актерами, режиссерами, художниками, музыкантами, – участники создания сценического произведения.

При этом театр экономически убыточен не только в России, но и во всем мире [6]. Вклад театра в формирование человеческого капитала позволяет считать расходы государства на поддержку театрального искусства социальными инвестициями. Не поддающийся прямому измерению социально-культурный и мультипликативный экономический эффект театральной деятельности неизмеримо выше его прямой рыночной оценки. Сфера культуры и искусства выступает базой и инфраструктурой развития ряда других отраслей (образование, СМИ, издательская деятельность, туризм, индустрия развлечений).

Большинство услуг культурных организаций относятся к общественным благам. В отличие от частных благ потребление таких услуг сопровождается внешними эффектами, т.е. пользу получают не только люди, участвующие в этом процессе, но и другие группы населения и общество в целом. В качестве внешних эффектов в сфере культуры выступают повышение уровня образования, рост духовного потенциала общества, развитие человеческого капитала и т.д. Социально-культурное пространство не должно существовать и развиваться как область исключительно государственных интересов. Привлечение учреждениями культуры внебюджетных источников финансирования, капитала, общественных организаций позволяет всем этим

субъектам обогащать собственный PR, используя механизм cross-promotion. Корпорации становятся активными участниками социально-ответственной политики предпринимательства.

Культурный продукт – это особая услуга. Для театра товаром или продуктом является его репертуар: спектакли, образовательная работа (экскурсии, лекции, семинары). Большое значение имеют и дополнительные услуги (информационное обеспечение, работа кафе, специальных мастерских для посетителей, проведение различных мероприятий – приемов, встреч, концертов). Особенность рынка, характерная для сферы культуры, – информационная асимметрия. С одной стороны, у потребителей отсутствует полная информация о свойствах предлагаемого продукта, с другой стороны, у самих потребителей зачастую отсутствует соответствующий уровень подготовки для оценки качества продукта. Информационная асимметрия на рынке культуры затрудняет оптимальный выбор услуг потребителями. Это ведет к потере производителями части потенциального рынка. Информационная асимметрия на рынке культуры оказывает отрицательный эффект как на потребителей, так и на производителей услуг. Важно искать такие формы информационного обеспечения потребителя, чтобы нейтрализовать указанный дисбаланс.

В условиях насыщенной конкуренции в сфере предложений по проведению досуга театр из-за своего традиционного академизма оказывается в менее выгодных условиях по сравнению с более динамичными, интерактивными или “простыми” для восприятия видами досуга. Поэтому театр как вид искусства остается не особенно привлекательным для современной молодежи. Необходимо качественно изменять подходы для реализации театрального продукта. Важно использовать такие PR-технологии, которые окажутся наиболее эффективными с учетом приоритетов конкретной целевой аудитории, в нашем случае – молодого поколения.

Цели и задачи: повысить уровень притягательности театрального пространства для молодежи посредством гибкой ценовой политики и сделать репертуар театра рассчитанным не только на старшее поколение, но и привлекающим в театр молодежь. Каналы коммуникации: Интернет и общественные пространства.

Для выявления потребностей целевой аудитории, ее предпочтений, отношения к современному театральному искусству проведено социологическое исследование среди жителей Санкт-Петербурга. В качестве метода использовано интернет-анкетирование. Всего опрошено 122 человека 16 – 24 лет. Выборка случайная. Приведем некоторые результаты опроса.

Театр посещают 94 % респондентов, возможно, именно любители театра и откликнулись на наш опрос. При этом “завзятым” театралом можно считать только одного человека, 86 % опрошенных выбирают театр один раз в несколько месяцев. Молодежная аудитория посещает театры разнообразной направленности. Основные критерии выбора театра – узнаваемость и популярность театра, актеры, занятые в постановке, и, конечно же, цена билета. Наша целевая аудитория большую часть информации о театральных постановках получает из Интернета и социальных сетей, однако способ подачи информации устраивает далеко не всех.

На основании полученных данных можно предложить следующую стратегическую идею для PR-сопровождения театра: опираться на Интернет как основной информационный канал и расширять, сделать более разнообразными и динамичными материалы о театре. Это могут быть следующие приемы. 1) Театр онлайн (трансляция постановок в Сети). Интернет не конкурент театра, а инструмент пропаганды культуры, который сможет заинтересовать потенциальную публику. 2) Музей онлайн. Музей театра хранит тайны и легенды, связанные как с театром, так и с труппой. Посредством создания виртуальных мастерских театра и предоставления качественных мультимедийных материалов будут открыты “потайные” комнаты, “кухня” театра. Зрители смогут наблюдать за процессом постановок декораций, репетиций, создания костюмов и т.д. Здесь же возможно создание такого подраздела, как легенды театра (для привлечения внимания возможен вариант распространения вымышленных историй, создания бренд-легенд, а также реальных событий, имеющих особую ценность). Данный шаг может быть рассчитан на широкую аудиторию, поскольку знакомство с внутренним миром театра может быть интересно как детям, так и их родителям, подросткам и пожилым людям. 3) Отзывы в блогах и социальных сетях. 4) Трейлеры спектаклей. Представляется полезным создание трейлеров к постановкам и их трансляция на официальном сайте, в социальных сетях и различных интернет-сайтах. Также возможно транслировать их в кинотеатрах при показах авторского кино, на различных фестивалях искусства, на российских и международных конференциях. 5) Мобильное приложение (театр в кармане). Мобильные технологии позволяют влиять на эффективность рекламной кампании on-line и мгновенно реагировать на интерес пользователя. Выбор широк – превращение клика в звонок, возможность получить мобильный купон на скидку, посмотреть рекламное видео, принять участие в опросе, скачать приложения. Конкуренция за внимание в Мобильном Интернете относительно низкая среди рекламных каналов. Сегодня реклама в мобильных приложениях и на мобильных сайтах эффективнее, поскольку размещенный баннер будет заметнее для владельца мобильного телефона, чем растяжка в центре города. Было бы удобным мобильное приложение, которое включало бы информацию о театре, билетах, ценах и скидках. Также человек, установивший такое приложение, смог бы получать регулярные оповещения о жизни театра, мастер-классах, премьерах и пр. Можно размещать различные промо-ролики и трейлеры с относительно невысокими затратами. Пользователями таких приложений является, как правило молодежь.

Использование фирменного стиля. 1) “Почта пожеланий”. Ящики для писем со специально оформленными бланками и ручками могут располагаться в фойе и распространяться в качестве сувенирной продукции. Положительные отзывы можно вывешивать на доске объявлений. 2) “Живой” символ театра, например, в виде сказочного персонажа из репертуара театра, со страницами в социальных сетях, где можно регулярно выкладывать фотографии символа на улицах Петербурга, видео, сообщать интересные новости. 3) Расширение спектра событий в зале театра (корпоративные вечера, светские рауты, вручение различных премий) будет

способствовать росту осведомленности о театре и привлекать новый контингент зрителей на классические репертуарные постановки.

Театр должен решать сложную двойную задачу: основные цели деятельности театра лежат в двух различных направлениях, экономической и художественной. Успешное применение PR-технологий позволит театру как виду искусства быть менее чувствительным к экономической политике государства относительно культуры.

Гармоничный тандем между бизнесом и культурой может поддержать функционирование культурных учреждений и наряду с реализацией духовных целей поможет сделать культурные организации самостоятельными, с сильной материальной и публичной базой. Совмещение духовных и экономических направлений театральной жизни может трактоваться как вынужденная коммерциализация, но приводит к популяризации театра среди зрителей самых различных категорий.

Литература:

1. Милевска, С. Компаративна анализа на релевантни студии на случај и успешни практики од креативната индустрија на аудиовизуелните медиумски услуги. Автор: д-р Сузана Милевска. http://www.unescochair-vs.edu.mk/attach/Suzana%20Milevska%20Comparative%20Study_MK.pdf
2. Князева, И.В., Сапрыкина, А.Н. (2015). Формирование комплексного подхода к организации многофункциональных культурных центров в малых городах. *Креативная экономика*, 9 (10), 1291-1308. doi: 10.18334/ce.9.10.2063
3. Зеленцова, Е.В., Мельвиль, Е.Х. Культурная политика и экономика культуры [Текст]: тезисы для сборки региональных стратегий / Елена Зеленцова, Елена Мельвиль. - Москва : Арт-транзит, 2010. - 91, [2] с. - Библиогр. в подстроч. примеч. – ISBN 978-5-905102-10-3 : Б. ц.
4. Meneley, A. Consumerism - Annual Review of Anthropology, 2018, 47, pp.117-132.
5. Creative Economy Report, United Nations, 2010. https://unctad.org/en/Docs/ditctab20103_en.pdf
6. Дымникова, А.И. Фандрайзинг как особый вид предпринимательской деятельности в культуре // Экология культуры: Инф. бюллетень. – Архангельск, 2002. – № 3 (28). – С. 158-184.

УДК 32.019.51, ББК 66.79

А.М. Кузьмина

Anna Kuzmina, annakoksharova@rambler.ru

Стратегический уровень GR-коммуникаций в системе государственных и муниципальных закупок

Strategic level of GR-communications in the system of state and municipal procurement

*Санкт-Петербургский университет
St. Petersburg State University*

В статье рассматриваются формы GR-коммуникации в стратегическом плане при распределении государственных и корпоративных заказов. Автором детерминируется социальное значение GR-коммуникаций по установлению прочных связей в системе «общество-государство», помогающее государственным структурам идентифицировать и аккумулировать общественные потребности и нужды. Что восходит, по мнению автора, к пассионарной задаче стратегического уровня GR.

Ключевые слова: GR-коммуникации, государственные и муниципальные закупки, контрактная система, коммуникативные сети

The article discusses forms of GR communication in the strategic plan in the distribution of government and corporate procurement. The author determines the social importance of GR-communications to establish strong ties in the "society-state" system, helping state structures to identify and accumulate public requirements and needs. Which goes back, according to the author, to the passionary task of the strategic level GR.

Keywords: GR-communications, state and municipal procurement, contract system, communication networks

На данный момент, в России формируется институт контрактной системы, предполагающий цивилизованный характер взаимоотношений государства и бизнеса (а также иных негосударственных организаций) по поводу «правил игры» при проведении государственных и корпоративных закупок. Активизация партнерских отношений в контрактной системе связана, прежде всего, с изменением роли государства в современной российской экономике и передачи ряда видов деятельности, ранее выполнявшихся в общественном секторе, в рыночные условия [1]. Мы считаем, что полностью государство не может выйти из процесса участия в производстве материального продукта и общественных благ, слишком сильна вероятность «рыночного фиаско», «провалов рынка» [2]. А для сдерживания и контроля «провалов» государства необходимы модернизационные шаги, направленные не столько на внутренние организационно-управленческие процессы, сколько на внешние формы кооперации и взаимодействия государства с организациями различной институциональной принадлежности. В этих условиях растет потенциал коммуникативных сетей участников контрактной системы, что определяется тем, что частнопредпринимательский сектор обладает мощными внутренними силами и факторами саморазвития, а в некоммерческом секторе накоплен опыт представления социальных и ряда других услуг. Как указывает шведский экономист Эдвиссон Лейф: «Смысл сети состоит в том, что она потенциально позволяет организациям получать выгоду от сетевого эффекта, так же, как и от общего предпринимательского духа» [3]. Таким образом, институционально закрепленная сетевая структура GR-коммуникаций в системе управления государственными и муниципальными закупками позволяет громоздкому бюрократическому аппарату приспособляться к изменениям внешней среды, порой достаточно турбулентной, обеспечивая стабильность деятельности органов государственной власти в новых, изменяющихся условиях.

Именно государство (корпоративные структуры) в лице заказчика заинтересовано в GR-коммуникациях и должно включать в информационно-коммуникационные процессы представителей частных и неприбыльных (в том числе общественных) структур с учетом основополагающих принципов контрактной системы – расширения добросовестной конкуренции и обеспечения эффективности (результативности) закупки.

Заказчиком могут быть инициированы следующие формы GR-коммуникации (сопрягающиеся с действующим законодательством и принципами контрактной системы в сфере закупок):

- проведение отдельного конкурса по подготовке технического задания процедуры;
- проведение семинаров среди потенциальных участников и использование их экспертного потенциала и мотивации принять участие в планируемых закупках;
- включение в партнерскую сеть независимой экспертной организации для подготовки/экспертизы технических требований.

Однако стратегически, при отсутствии инициирования коммуникаций со стороны заказчика, GR-департаментам и специалистам этой сферы необходимо предлагать свои экспертные навыки и квалификации в предметной области заказа, указывать на возможные ошибки заказчика при проведении конкурсной процедуры через законодательные инструменты (запросы с помощью электронных торговых площадок, обращения в ФАС России и проч.).

Литература:

1. Государство и бизнес: институциональные аспекты. М.: ИМЭМО РАН, 2008 .
2. Анিকেев С.В. Государство и бизнес: методологические исследования. Саратов: Издат. Центр СГСЭУ, 2003.
3. Эдвиссон, Л. Корпоративная долгота. Навигация в экономике, основанная на знаниях. – М.: ИНФРА-М, 2005.

УДК 316.77, ББК 66.2

Ю.М. Коблякова¹, И.Р. Тростинская²
Yu. Koblayakova, I. Trostinskaya
olimp.luga@yandex.ru, trostinskaya_ir@spbstu.ru

Научная коммуникация как инструмент популяризации скрининговых обследований в медицинской сфере
Scientific communication as a tool for popularization of screening examinations in the medical sphere

ФГБУ «НМИЦ онкологии им. Н.Н. Петрова» Минздрава России¹
Санкт-Петербургский Политехнический Университет Петра Великого²
Federal State Budgetary Institution «Scientific Research Center for Oncology named after N.N. Petrova»
Ministry of Health of Russia
St. Petersburg Polytechnic University of Peter the Great

В исследовании проведен анализ текущего состояния отрасли научных коммуникаций и области онкологических заболеваний, изучена информация о приоритетных направлениях деятельности в сфере здравоохранения со стороны государства, выявлена необходимость популяризации скрининговых обследований. Представлены рекомендации по популяризации скрининговых обследований посредством использования такого инструмента, как научная коммуникация.

Ключевые слова: научная коммуникация, связи с общественностью, популяризация, продвижение, социальные сети, скрининговые обследования, онкология, профилактика, здравоохранениею.

In the study the current situation of the industry of scientific communications and the sphere of oncological diseases were analyzed, information about priority areas of public health activities and the need of popularization of screening surveys were considered. Survey recommendations for popularizing screening surveys by using of a tool such as scientific communication were presented.

Key words: scientific communication, public relations, popularization, promotion, social networks, screening surveys, oncology, prevention of cancer, public health.

Новые и традиционные информационно-коммуникационные технологии открывают перед государствами, перед каждым человеком все большие возможности по развитию, получению и обмену новой информацией. Распространение научных знаний, различные виды научных коммуникаций, продвижение научной информации в разные сферы общественной жизни может способствовать непрерывному прогрессу, содействовать повышению качества и уровня жизни каждого человека.

Анализ терминологии позволяет выявить различную интерпретацию понятия «научная коммуникация» [1, 2, 3].

Научная коммуникация предполагает «движение научных идей», источником которых является ученый, представитель научного сообщества, через само научное сообщество к получателю этой информации – заинтересованным группам. На данном этапе научная коммуникация выполняет функцию популяризации научного знания, активизирует художественное творчество [4]. Одной из значимых тенденций является непрерывный процесс объединения бизнеса и науки как сфер деятельности. Результатом данного процесса может стать применение в процессе научной коммуникации разнообразных современных технологий управления, заимствованных из бизнес-менеджмента: управление проектами, процессы проектирования рабочих групп и построения сетевых организаций. Таким образом, научная коммуникация выполняет социальную функцию.

В процессе становления информационного общества на смену устоявшимся средствам научных коммуникаций, привычным для научного сообщества формам обмена и распространения научной информации, таким как печатные издания научной литературы, личное живое общение и другим традиционным средствам связи приходят электронные коммуникации. В настоящее время можно наблюдать происходящий перенос деятельности ученых и различных научных организаций разного уровня в онлайн-среду; происходит формирование новой своеобразной платформы - онлайн-пространства научных коммуникаций [6,7,8].

Использование принципов эффективной коммуникации в области медицины и здравоохранения – *основной из предпочтительных способов разрешения* глобальной управленческой проблемы в контексте любого государства. Одним из приоритетов стратегического развития государства является развитие здравоохранения и обеспечение здоровья нации. Эти цели связаны с уровнем развития национальных науки и технологий, с развитостью связей между медициной как наукой и как сферой деятельности и другими общественными институтами, с уровнем развития медицины и качеством жизни людей.

В медицинской сфере коммуникация является проблемной областью. Ей занимаются в рамках различных научных направлений без учета взаимодействия и совместных целей этих направлений. Остается без внимания и то, что коммуникация в сфере здравоохранения подразумевает взаимосвязь между актуальными теоретическими подходами, практическим опытом реализации и значимыми для системы здравоохранения внешними факторами, такими, как экономические, политические, социальные, культурными, экологическими.

Коммуникация в медицинской сфере представляет собой дисциплину, а также практику применения коммуникативных стратегий с той целью, чтобы предоставлять информацию и влиять на принятие решений, которые способны улучшать здоровье как на индивидуальном уровне, так и на уровне сообщества в целом. Коммуникация с широкой общественностью в медицинской сфере подразумевает распространение информации о здоровье в доступной и понятной для граждан форме. Формат

«доступности» должен опираться на регулярные тестирования «гипотез и методов в каждой целевой группе в заданном контексте», впоследствии на основании чего уже можно адаптировать разрабатываемые программы и их формы [9, 10].

Одним из приоритетных направлений влияния на здоровье граждан, традиционно является использование профилактических мероприятий, в том числе и к сфере онкологических заболеваний. Скрининговые обследования как мера профилактики и своевременной диагностики заболеваемости населения в настоящее время приобретают все большую популярность и распространенность.

Основная коммуникационная проблема в области популяризации скрининговых обследований – необходимость выбора каналов коммуникации с целевой аудиторией, адаптация информации под разные каналы и целевые группы, а коммуникационная задача – обеспечение информированности и осведомленности граждан о существовании и важности для их здоровья скрининговых обследований.

Проблемы, с которыми можно столкнуться при реализации программы скрининговых обследований, могут стать следующие области: отсутствие единых стандартов, относящихся к проблеме скрининговых обследований, финансирование, уровень медицинской грамотности и квалификации специалистов, коррупционные моменты и информированность, осведомленность населения, существование закрепившихся неверных убеждений у граждан и врачей [11].

Для решения задач по популяризации скрининговых обследований первоначально целесообразно проведение информационной кампании по продвижению информации о них, их значимости в аспекте профилактики и контроля за здоровьем, в том числе онкологических заболеваний.

Рекомендуемыми каналами научной коммуникации в плане продвижения в офлайн-пространстве могут быть: общественные бесплатные лекции офлайн квалифицированных специалистов крупных медицинских учреждений; информационные стенды и плакаты на улицах, в медицинских и образовательных учреждениях.

А в онлайн среде – социальные сети и платформы с представлением видеотрансляций общественных лекций квалифицированных специалистов крупных медицинских учреждений, больших по объему информационных статей и коротких информационных публикаций; а также различные мессенджеры, в которых можно создать чат или группу с информацией.

Причем, социальные сети позволяют организовать систему активностей с целью обеспечения высокого уровня информированности целевой аудитории о возможностях скрининга по следующим трем направлениям: реклама в целевых сообществах, таргетированная реклама и ретаргетинг.

К целевым сообществам будут относиться группы медицинских учреждений, группы известных медиков, группы с узкой и широкой медицинской тематикой (как для врачей, так и для широкой общественности).

Так, в различных вариациях рекламных и pr-инструментов, предлагаемых для использования в выбранной социальной сети, сама научная коммуникация будет

активно использоваться в качестве инструмента популяризации скрининговых обследований. Используя описанные инструменты, важно сфокусироваться на привычных и понятных для пользователя форматах научных коммуникаций: небольшие по объему текстовые материалы, короткие по длительности видеоролики, полные видеотрансляции лекций и мероприятий, описанные, понятным для целевой аудитории языком, меры профилактики и рекомендации, логически правильные и доступные для понимания объяснения сложных медицинских процессов и т.д.

Эффективность предложенных активностей может быть определена по следующим критериям: просмотры публикаций, рекламного объявления; динамика роста подписчиков, участников сообщества; динамика количества комментариев, сообщений администраторам группы; клики по рекламному объявлению; количество переходов из группы на официальный сайт медицинской организации; динамика количества просмотров видеотрансляций; время чтения рекламного сообщения, время задержки на нем; как итог в долгосрочной перспективе—оценка количества посетивших обследование и конверсия (доля посетивших мероприятия к числу кликнувших по рекламе).

Таким образом, наиболее эффективным каналом использования научных коммуникаций в качестве инструмента популяризации скрининговых обследований в области онкологических заболеваний могут стать социальные сети. Популяризация скрининговых обследований может повысить осведомленность и заинтересованность целевой аудитории в краткосрочном периоде, а в долгосрочной перспективе существенно снизить заболеваемость и смертность.

Литература:

1. Шилунова О.Д. Инфосфера коммуникации в контексте современной науки // Коммуникативные стратегии информационного общества Труды X Международной научно-теоретической конференции. СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2018. С. 40-42.
2. 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.
3. Сафонова А.С. Механизмы профессионализации высшего образования // Коммуникативные стратегии информационного общества Труды IX Международной научно-теоретической конференции. СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2017. С. 148-151.
4. Медведева С. М. От научного творчества к популяризации науки: теоретическая модель научной коммуникации / С. М. Медведева // Вестник МГИМО-Университета. 2014. № 4. С. 278-286.
5. Коблякова Ю.М., Мазуренко А.В. К вопросу о ландшафте «акторов» научных коммуникаций // Неделя науки СПбПУ: материалы научной конференции с международным участием. Гуманитарный институт. СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2018. С. 200-202.
6. Быльева Д.С. Образ науки в интернет пространстве // НАУКА В ОБЩЕСТВЕННОМ ДИАЛОГЕ: ЦЕННОСТИ, КОММУНИКАЦИИ, ОРГАНИЗАЦИЯ материалы международной научной конференции. СПб: Изд-во Политехн. ун-та, 2017. С. 41-43.
7. Тростинская И.Р., Коблякова Ю.М. Современные формы организации научных коммуникаций в онлайн-пространстве // 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. 232-238.
8. Тростинская И.Р. Социальные сети как форма организации научной коммуникации // Наука в общественном диалоге: ценности, коммуникации, организация материалы международной научной конференции. СПб: Изд-во Политехн. ун-та, 2017. С. 149–151.
9. Яковлева И.В. Коммуникация в сфере здравоохранения: управленческий аспект // Государственное управление. Электронный вестник. М., 2016. Вып. № 59. С. 168–188.
10. Health Education Curriculum Anaysis Tool (HECAT) [Электронный ресурс] // Centers for Disease Control and Prevention. URL: <http://www.cdc.gov/healthyyouth/HECAT/index.htm> (дата обращения: 25.04.2019).
11. Официальная страница практикующего хирурга-онколога Смирновой Ольги Алексеевны в социальной сети Instagram [Электронный ресурс] // Instagram. URL: <https://www.instagram.com/onkodoctor/> (дата обращения: 03.04.2019).

Мемы про инвалидов как разновидность аморальных мемов в социальных сетях
Memes about disabled as a variety of amoral memes in social networks

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

Интернет является одним из самых главных способов коммуникации и поиска информации в современном мире. В наши дни в Интернете активное распространение получили мемы, некоторые из них имеют аморальный характер. В данной статье представлены результаты их сравнительного анализа, в частности были проанализированы мемы про инвалидов.

Ключевые слова: интернет, интернет-коммуникация, мем, интернет-мем, аморальные мемы, мемы про инвалидов.

The Internet is one of the most important ways of communication and information search in the modern world. Nowadays, memes are actively spread on the Internet, some of them are immoral. This article presents the results of their comparative analysis, in particular, were analyzed memes about disabled people.

Keywords: Internet, Internet-communication, meme, Internet-meme, immoral meme, meme about disabled people.

На данный момент интернет – слабо контролируемый ресурс: пользователь может увидеть материал, который для него неуместен или неприятен (например, ребенок может увидеть материал, предназначенный только для взрослых; случайный человек может встретить фрагменты, плохо влияющие на его психику). Более того, существуют сайты, где можно за дополнительную плату посмотреть сцены убийств и насилия, некоторые из них происходят в режиме «прямой трансляции».

Сообщения в социальных сетях отражают не только конкретные мысли и переживания отдельных людей, но и задают определённую смысловую рамку понимания тех или иных явлений. [1, с.73]. В следствие чего появляются определенные мнения, взгляды на те или иные вещи и события. У каждого человека существует собственная «граница дозволенного», которую он задаёт себе сам как считает нужным.

«Человек есть не что иное, как ряд его поступков» (Г. Гегель). Поведение человека в Интернете на данный момент не контролируется законом, поэтому в Интернете человек имеет безграничную свободу мысли и слова, вправе вести себя аморально, хулиганить и не нести за это никакой ответственности.

Одним из способов выражения мыслей в современном Интернет-пространстве является мем. Интернет-мем следует рассматривать в качестве особого жанра коммуникации. Мем – это получившее распространение в информационном и массово-коммуникационном обществе средство «упаковывания» информации, ее представления в свернутом, обобщенном и упрощенном виде. [2, с.199].

Актуальность: к сожалению, процент инвалидности населения растёт. Некоторые рождаются инвалидами, а некоторые приобретают инвалидность. В настоящее время в Российской Федерации как минимум свыше 11 млн. человек официально признаны инвалидами. [3]. В последнее время специалисты разных профессиональных направлений ведут разработку технологии социального, социально-медицинского, социально-психологического сопровождения инвалидов. Идет активное обсуждение опыта работы ведущих социально-реабилитационных

центров в специальных журналах, на конференциях и других научно-практических форумах. [4] Но в то же время инвалиды подвергаются насмешкам и травле в интернете со стороны других людей.

Целью статьи является осмысление образа людей с ограниченными возможностями, выраженного в мемах в пабликах социальной сети «ВКонтакте»

Исходя из цели, были поставлены следующие **задачи**:

- ✓ Проанализировать паблики в контакте и найти в интернете картинки, содержащие аморальный материал, в частности: мемы про инвалидов
- ✓ Проанализировать данные мемы по следующим критериям:
 1. «Структура» мема (наличие подписей, реплик,...)
 2. Непосредственное присутствие инвалида на картинке
 3. Возраст инвалида, изображенного на меме
 4. Вероятная причина инвалидности человека, изображенного на меме
 5. Наличие мата
 6. Если на меме присутствовал инвалид, то мем на основе реального фото или же инвалид был «прифотошоплен» в какие-либо условия
 7. На основе чего составлен юмор (что за ситуация на меме)

Метод исследования: анализ и исследование Интернет-пространства, а именно: мемы про инвалидов в «фото-ворме»

Результаты исследования

В интернете популярностью среди мемов про инвалидов (39%) пользуются те, в которых героям приписываются какие-то реплики (см Рис. 1. Мем, в котором героям приписаны реплики).



Рис. 1. Мем, в котором героям приписаны реплики

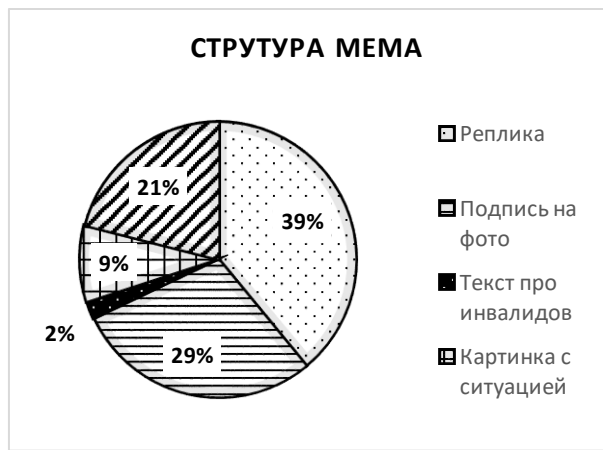


Рис. 2 Результаты сравнения мемов про инвалидов по их структуре

29 % всех мемов – это мемы, на которых изображено какое-либо фото инвалида и добавлена подпись к ситуации (см. **Error! Reference source not found.**



Рис. 3 Мем, созданный с помощью компьютерной графики



Рис. 4 Мем с подписью, созданный на основе реального фото

Стоит отметить, что в основном люди, создающие данные мемы, создают их на основе реальных фото инвалидов (72%) (либо просто добавляя какой-то текст, либо при помощи компьютерной графики помещают реальные фото инвалидов в какие-либо условия; для наглядности приведем Рис. 3 Мем, созданный с помощью компьютерной графики), но в тоже время 28% мемов про инвалидов – это «комиксы», зарисовки (см. Рис. 5 «Нарисованный» мем

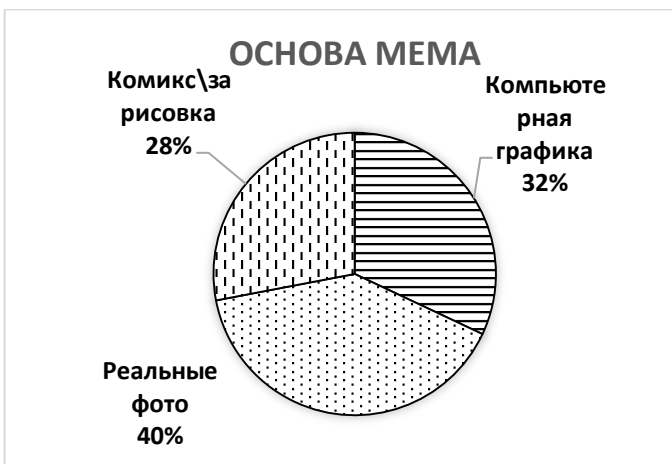


Рис. 6 Результат анализа мемов с непосредственным изображением инвалида



Рис. 7 Результат сравнения мемов по критерию причина инвалидности



Рис. 5 «Нарисованный» мем

Становится очевидно, что в 89% случаях на меме непосредственно присутствует инвалид, порой даже несколько, то есть люди берут фото инвалида и придумывают «шутки» над этим фото и человеком. Однако, мат на меме присутствует лишь в 16% случаях, хотя мат на меме в современном интернет-пространстве частое явление.

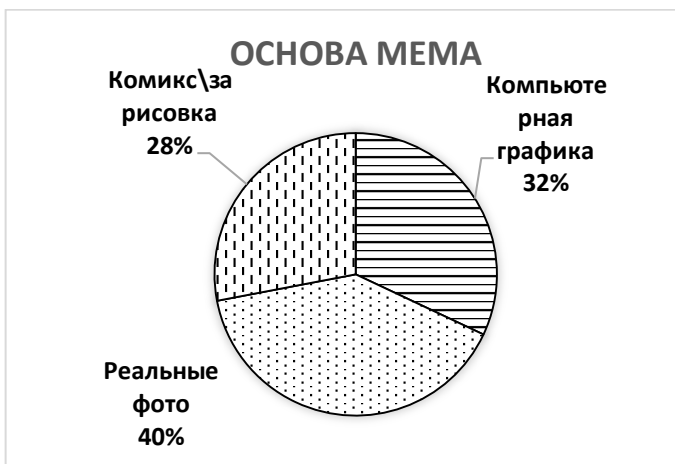


Рис. 6 Результат анализа мемов с непосредственным изображением инвалида



Рис. 7 Результат сравнения мемов по критерию причина инвалидности

В большинстве случаев (52%) на мемах встречаются взрослые люди-инвалиды, в основном у них либо отсутствовали конечности (40%), либо они находились в инвалидном кресле (36%); среди мемов про людей, потерявших зрение (24%), нередко фигурировали мемы про Диану Гурцкую (их процент составил: 31% от общего количества числа мемов про людей, лишившихся зрения), см. Рис. 8



Рис. 8 Мем про Диану Гурцкую

Стоит отметить, что про некоторые виды инвалидности мемы не были найдены, например, про такие виды как: расстройства со стороны сердечно-сосудистой системы, органов дыхания, пищеварения, выделения, органов внутренней секреции, обмена веществ; расстройства со стороны органов чувств: слуха, обоняния и осязания.

Интересно отметить, что в ходе исследования было установлено существование мемов также про животных-инвалидов. Их количество составляет 1% от общего числа мемов про инвалидов.

Если анализировать «суть юмора», выявлять что же «смешного» находят люди, создавая и просматривая мемы, то результаты получаются такие: в 48% случаев юмор основан на неспособности инвалида то или иное действие (например, завуалированная просьба подняться инвалида-колясочника); в 36% мемов высмеивается отсутствие чего-либо; 9% мемов построены на основе халатного отношения к инвалидам и 7% основаны на нерезонных оскорблениях инвалидов (например, «недвижимость», «овощ», «мясо» и т.д.).

Выводы: в сети Интернет существует немалое количество оскорбляющих нецензурных материалов, и они продолжают появляться там ежедневно; в частности, появляются новые всевозможные мемы и про людей с ограниченными возможностями. Было выявлено, что подавляющее большинство из этих мемов носят оскорбительный характер и высмеивают неспособность инвалида сделать что-либо полноценно, что является несправедливым суждением и может задеть чувства людей с ограниченными возможностями.

Литература:

1. Лобатюк В.В., Никифорова Н.В., Быльева Д.С. Национальная технологическая инициатива: социально-философский анализ // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского Государственного Политехнического Университета. 2017. №1. Том 8. С. 72-80.
2. Голубева А.Р., Семилет Т.А. Мем как феномен культуры // Культура и текст №3, 2017 (30) С. 193-203
3. Федеральная государственная информационная система «Федеральный реестр инвалидов» // sfri.ru URL: <https://sfri.ru/analitika/chislennost/chislennost?territory=1> (дата обращения 30.04.2019)
4. Политика государства в области инвалидности. // URL: <http://lgoty-vsem.ru/invalidy> (дата обращения 30.04.2019)
5. Паблик ВКонтакте, содержащий контент с мемами про инвалидов. // URL: <https://vk.com/chan4> (дата обращения 21.04.2019)
6. Мемы про инвалидов в сети интернет. // URL: <https://yandex.ru/images/search?text=мемы%20про%20инвалидов&stype=image&lr=2&source=wiz> (дата обращения 21.04.2019)

УДК 316.45, ББК 87.6

А.И. Федоров

A. Fedorov, fedorov.ai@edu.spbstu.ru

Флешмоб «#10YearsChallenge» в сети Инстаграм Flash mob «#10YearsChallenge» in the network Instagram

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

В 2019 году стал популярным интернет-флешмоб «#10YearsChallenge». В статье приведены результаты исследования произвольно выбранных фотографий в социальной сети Инстаграм под данным хэштегом. Выяснено, какие категории людей преимущественно участвуют в этой акции и какие объекты чаще используются на изображениях. Результаты исследования могут помочь в изучении причин вовлечения большого количества людей в массовое единое течение.

Ключевые слова: ИНТЕРНЕТ, СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ, ФЛЕШМОБ, КОЛЛАЖ, ФОТОГРАФИИ

In 2019 internet-flashmob «#10YearsChallenge» became popular. The article presents the results of the analysis of the content of randomly selected photos of users posted by them on the social network Instagram with the same hashtag. The categories of people who mostly participates in this action, and what the objects are more often is appeared on the pictures. events in their personal and public life, which they are especially proud of, are highlighted. The results of research can be used to develop the reasons of involvement of a large number of people into the mass single current.

Keywords: INTERNET, SOCIAL NETWORKS, FLASHMOB, COLLAGE, PHOTOS

Актуальность: Сеть Интернет сейчас является одним из основных инструментов изучения и воздействия на каждого человека, в частности. Запуск вирусных флешмобов в социальных сетях – весьма распространенное и частое явление, под влияние которого может попасть каждый из пользователей сети. Материалы, получаемые в ходе таких флешмобов, могут использоваться не только для развлечения и получения каких-либо эмоций, но и для психологических, демографических, социологических исследований ситуации в обществе. Интернет-моб #10YearsChallenge, в котором пользователи активно сравнивают 2009 и 2019 годы, благодаря своей масштабности, послужил отличной площадкой для рассмотрения этих вопросов.

Цель и задачи работы: Данная работа проведена, чтобы проанализировать интернет-контент, относящийся к данной тематике, выявить особенности флешмоба #10YearsChallenge, убедиться в важности визуальных образов в виртуальном социуме.

Flash mob (молниеносная мобилизация людей, молниеносный сбор) – прямое и непосредственное порождение Интернет-коммуникации. Эту летучую форму социальности («единство по случаю») следует рассматривать как идеальную площадку для социального творчества [1, с.55]. Благодаря отсутствию ограничивающего влияния государственных структур, такая коммуникация практически лишена цензуры и опирается лишь на свободу самовыражения самих пользователей. Интернет-моб интересен в том числе тем, что он создает равные коммуникативные условия для всех своих участников как в плане темы, так и в плане формы высказывания [2, с.404]. Анализ социальных сетей представляет собой обширный и удобный по структуре материал для выявления тех или иных интересующих тенденций.

Рассматриваемый в работе челлендж представляет собой визуальный контент – фотографии. Фотография прочно вошла в нашу повседневную жизнь, стала неотъемлемой составляющей нашего существования, оказывая влияние на формирование привычек визуального восприятия, стереотипов, мировоззрения человека в эру визуальной экспансии [3, с.1]. Поэтому для контент-анализа была выбрана социальная сеть «Инстаграм», которая является популярным приложением современности, созданным для коммуникаций исключительно посредством фото и коротких видео. Для проведения анализа были выбраны 130 произвольных фотографий-коллажей с хэштегом #10YearsChallenge [4]. При отборе ориентиром было полное соответствие размещаемого коллажа сложившемуся шаблону – две совмещенные фотографии, с подписью 2009 – 2019, и наличие коммуникативной активности в профиле, разместившем фото.

Флешмобу положила начало фотография американского журналиста в сети «Facebook», после которой коллажи из фотографий делали по всему миру. Первичным зерном зарождения этой волны можно назвать желание человека чувствовать себя частью коммуникационного пространства. В социальной интернет-сети это очень удобно благодаря хэштегам. С помощью хэштегов каждый может стать соавтором глобального гипертекста, включив собственное вербальное, визуальное или

мультимедийное в единый сложный дискурс без начала и конца [5, с.137]. Этот флешмоб дал все предпосылки к массовому участию, так как тема поднимает у каждого множество воспоминаний о своей жизни и не только, заставляет переживать целый спектр эмоций.

Количество мужчин, выкладывающих фотографии своей изменившейся внешности, оказалось практически равным количеству женских фото – 43%, но, проанализировав их, можно заметить, что мужчины гораздо менее щепетильны в выборе таких фотографий. Исследование показало, что женщины намного больше озабочены своей внешностью и чаще использовали флешмоб для реализации целей положительной самопрезентации. Примечательно, что главным посылом на мужских фотографиях чаще является демонстрация достижений, сделанных ими за прошедшее время: в спорте (31%), искусстве (10%), материальном положении или бизнесе (41%). Например, молодые люди возраста до 25-ти лет часто выкладывают фотографии десятилетней давности себя подростками с футбольным мячом, а уже на современных фотографиях они с множеством кубков и медалей. За мужчинами от 26-ти замечена склонность к современным фотографиям в презентабельном костюме или на дорогом авто в противовес к старым фотографиям, где они изображены без каких-либо достижений. Но внешность и для мужского пола тоже не остается на последнем месте по значимости, так как более половины мужчин делают дополнительный акцент на своей физической форме, а 18% и вовсе представляют достижением только её. Впечатляющим примером можно привести фото Кейтлин Дженнер, перенесшей операцию по смене пола в 2015 году – поэтому на фото 2009 можно увидеть мужчину, спортсмена-легкоатлета Брюса Дженнера.

Девушки и женщины делали акцент на своих успехах и талантах в различных сферах жизни за последнее десятилетие разительно реже, примерно в 5% случаев из всех. 95% остальных фото выкладываются женщинами с целью показать положительные изменения в своей внешности и ожиданием получить массу восхищенных и удивленных комментариев. За редким исключением видно, что фотографии тщательно отбирались, чтобы контраст между «было» и «стало» казался еще ярче.

Количество фотографий, принадлежащее молодым людям возраста 18-25 лет – 29%, 33% – люди до 35 лет, меньшее количество – 17% – люди до 45-ти. 15% составляют школьники и 6% – фотографии, выложенные людьми от 45 лет и выше. Такое деление по возрастным категориям позволило отследить некоторые тенденции. К примеру, школьники выкладывают свои детские, иногда даже младенческие фотографии, стремясь показать лишь внешние изменения. Эти фотографии, в большинстве своем, вызывают ответное умиление и любопытство у других людей. Молодежь от 18-ти лет примерно в 45% случаев поступает так же, но остальные молодые девушки и юноши уже дают к фотографиям некую осознанную оценку событий, произошедших с ними за десять лет. В этом возрасте люди проходят через новые для них рубежи, вызывающие у них колоссальный эмоциональный отклик – заканчивают школы, университеты, проходят через бурные опыты юности, расстаются

с друзьями детства, обретают новых друзей и начинают вести самостоятельную жизнь, поэтому на 55% фотографий молодые люди изображены не одни, а со своими друзьями или родителями. При этом, другие люди присутствуют в 65% случаев на мужских фотографиях. Тексты, которые молодые люди пишут под своими коллажами, сопровождаются более насыщенной эмоциональной составляющей – от меланхолии до приятного удивления. Контраст на фотографиях от 0 до 25-ти лет обычно заметен больше всего, люди охотно дают под такими фотографиями обратную связь.

Контент-анализ фотоколлажей людей возраста 26–35 лет показал довольно интересную картину: люди этой категории выкладывали фото в 80% случаев стремясь показать, что их внешность не претерпела возрастных изменений. Этот посыл часто демонстрировался в тексте, сопровождающем фото. Можно объяснить это тем, что хотя люди к 30-ти годам обычно начинают жить вполне стабильной жизнью и эмоции уходят на второстепенный план, но люди еще не готовы к старости и тема собственной внешности для них актуальнее, чем для 15-летних ребят. Остальные 20% анализируемых фото демонстрировали успех, презентабельность и благополучие. Например, женщина выложила фотоколлаж, где в 2009 году она с мужем в потертом пальто и дешевой обуви, а в 2019 она в автомобиле класса люкс и одежде от французского модельера с двумя маленькими детьми.

Коллажей, выкладываемых людьми в возрасте до 45 лет, оказалось в половину меньше, чем у людей до 35-ти, основной причиной можно назвать то, что увлечение социальными сетями у людей от сорока по статистике Инстаграма не имеет таких же масштабов. Те 17% коллажей, которые были выложены людьми среднего возраста, преобладающей своей частью демонстрировали, какого развития добился человек, чем он может гордиться, в текстах к фото описывается удовлетворение человека своей жизнью, в редких случаях – грусть и ностальгия.

Напоследок, 6% людей от 45 лет и выше выкладывали не свои личные фото, а фото своих детей или внуков, их достижений. Так, проанализировав эмоции, ожидания и мотивы людей разных возрастов при участии в этом флешмобе, можно увидеть, как смещается фокус внимания с себя и своей внешности на успехи подрастающего поколения.

Большая часть (79%) фото в выборке оказалась представлена непосредственно личными фотографиями пользователей, в 5% случаев – фотографии только своих достижений, иногда в коммерческих целях. Например, девушка хотела показать свой впечатляющий прогресс в качестве ювелира и выложила фотографии своих работ 2009 и 2019 годов. 8% – фото с целью привлечения внимания к природным и социальным проблемам, 3% – ироничные фотоколлажи (рис.1), 5% – фото, выложенные известными брендами. Такие массовые социальные «цунами» оказались идеальны для маркетинга и рекламы. К примеру, Mercedes-Benz, Lego использовали идею челленджа, разместив две одинаковые картинки, чтобы показать, что качество их продукции осталось на прежнем высоком уровне.

Люди, участвуя в этом интернет-мобе, демонстрировали в комментариях к фото, в основном, положительную оценку, даже несмотря на отсутствие изменений (76%).

Основная масса из них – это красивая внешность, отличная физическая форма, около 20% – успехи в спорте, искусстве, финансовой сфере, личной жизни. 16% размещало фотографии, не давая никаких оценок. 8% коллажей несло отрицательную смысловую нагрузку. Например, пользователи выложили коллаж с изменившимися на порядки ценами на iPhone, бензин, продукты, курсами доллара и евро. А также с помощью #10YearsChallenge удалось наглядно показать масштабы злободневной темы экологической ситуации на планете, с загрязнением океана, ускорившимся таянием ледников, вымиранием животных и вырубкой лесов (рис.2).



Рис.1 - Юмористический фотоколлаж #10YearsChallenge



Рис. 2 - Коллаж на тему экологии #10YCh

Флешмоб дал людям идею, встретившую эмоциональный подъем у многих. Люди испытывали восхищение и уважение к успехам других участников, удивление и ностальгию от собственных фотографий, гордость и удовлетворение за свои успехи или успехи своих детей. Согласно иерархической модели потребностей человека, человеку нужно чувствовать принадлежность к группе и соответствовать ей, понимать, что его уважают и его достижения признают. Наивысшей потребностью является персональное развитие и самосовершенствование. В выбранных коллажах не было обнаружено таких, где человек бы выложил фотографии своего регресса. Людям, в большинстве своем, свойственно помнить хорошее, и для каждого важно осознавать, что он развивается в положительном ключе, добивается успеха в различных сферах жизни. И флешмоб #10YearsChallenge с тематикой, понятной и касающейся каждого, отлично подошел для удовлетворения социальных потребностей людей. Проведенный анализ показал, что, хоть в рамках флешмоба можно провести сравнение не только изменений собственной внешности, но все же людям очень важна визуальная позитивная оценка себя, своих достижений. Акция дала возможность для каждого сравнить, какого развития он добился за прошедшее десятилетие и преподнести это в рамках течения, объединившего участников в единый медийный дискурс. Практический смысл публикаций тоже важен – тематика, количество участников и интерес многих к этому флешмобу, вплоть до СМИ, сослужили хорошую службу для саморекламы. И нельзя не упомянуть, что подобные интернет-явления имеют значение

не только на микроуровне, а помогают привлекать внимание миллионов людей к важным проблемам глобального масштаба.

Литература:

1. Лавренчук Е.А. Аутопойезис социальных сетей интернет-коммуникаций // Вестник РГГУ. 2009. № 12. С. 48-56.
2. Максимова О.Б. Конструирование гендерной идентичности в виртуальной политической коммуникации: дискурсивные стратегии и практики саморепрезентации в социальных сетях // Вестник РУДН. 2016. Т. 16. № 2. С. 403-417.
3. Гурьева М.М. Повседневная фотография как объект научного исследования // Вестник Ленинградского государственного университета им. А. С. Пушкина. 2009. Т. 2. № 3. – 8 с.
4. Инстаграм [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.instagram.com/explore/tags/10yearschallenge>, свободный. (дата обращения 29.05.2019).
5. Быльева Д.С. Смартмоб/флешмоб в построении актуального дискурса современности // Тенденции и перспективы развития социотехнической среды: материалы III международной научно-практической конференции, Москва, 12 декабря 2017 г. / отв. ред. Сурат И.Л. М.: Изд-во СГУ. 2017. С. 137–141.

УДК 101.1, ББК. 87.6

А.П. Федотова

A.P. Fedotova, fedotova.ap@edu.spbstu.ru

Исследование флешмоба «World_record_egg» Research flashmob "World_record_egg"

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

Появление такого феномена, как флешмоб в интернете, именуемого некоторыми исследователями смартмобом, изменило саму суть данной социальной практики, её цели и цели людей, мотивирующие их участвовать в такой акции. Совсем недавно в сети появился флешмоб «world_record_egg», благодаря которому удалось достичь мирового рекорда по количеству лайков в одной публикации Instagram, а также последующий за ним флешмоб с хештегом «#MissingEgg». В данной статье приведены результаты исследования актуальных историй в профиле «world_record_egg» и публикаций, посвященных данным смартмобам. Проведена статистика того, кто преимущественно участвует в этой акции, так же выделены основные категории содержания историй и постов. Результаты данной работы могут внести вклад в изучение причин вовлечения большого количества людей в массовое единое течение.

Ключевые слова: интернет, социальные сети, флешмоб, фотографии, смартмоб, лайк.

The emergence of such a phenomenon as a flashmob in the Internet, called by some researchers as smartmob, changed the very essence of this social practice, its goals and the goals of people motivating them to participate in such an action. Most recently, a flashmob “world_record_egg” appeared on the network, thanks to which we managed to achieve a world record in the number of likes in one Instagram publication, as well as the subsequent flash mob with the hashtag “#MissingEgg”. This article presents the results of a study of current stories in the profile “world_record_egg” and publications on these smartmobs. The statistics of the one who mainly participates in this action is carried out, the main categories of the content of stories and posts are also highlighted. The results of this work can contribute to the study of the causes of the involvement of a large number of people in a massive single flow.

Keywords: internet, social networks, flashmob, photos, smartmob, like.

Феномен Интернета, вызывающий сегодня интерес любого пытливого человека, все чаще становится предметом исследования современной науки [1, с.312]. Для многих слово «интернет» неразрывно связано со словосочетанием «социальные сети». Социальные сети за последние несколько лет стали использоваться повсеместно, людьми всех возрастных и социальных групп. Их широкое внедрение способствует социализации Интернета. Он стал той технологией, которая впервые сделала

возможным общением многих людей со многими другими в любой момент времени и в глобальном масштабе [2, с.97]. Повсеместное внедрение ИКТ объясняется удобством их использования, однако расширение области применения технологий постепенно изменяет саму суть существующих социальных практик [3, с.64]. Современные средства связи позволяют людям действовать вместе новыми способами и в ситуациях, в которых коллективные действия раньше были невозможны [4, с. 8], даже людям незнакомым между собой [Там же. С. 4]. Люди могут оценивать мысли, суждения, точки зрения людей, с которыми они абсолютно не знакомы. Ставя под каким-то постом отметку «мне нравится», они дают мгновенную оценку того или иного высказывания. Точнее давали оценку, но в последнее время наблюдается иная тенденция. Лайк абстрагировался от своего исходного содержания «мне нравится» и стал чисто коммуникативной функцией [5, с. 8]. Данное высказывание как раз подтверждает world_record_egg.

4 января 2019г. анонимный пользователь выложил пост, содержащий на тот момент единственную картинку в "Инстаграм"-аккаунте world_record_egg с протестным призывом набрать больше лайков, чем у предыдущей "чемпионки" - Кайли Дженнер. В различных социальных сетях появились призывы помочь яйцу достичь мирового рекорда. 13 января, всего за полторы недели, цель была достигнута, фото с яйцом набрало более 18 миллионов лайков и таким образом обогнало по числу лайков первый снимок дочери Дженнер. Люди со всего мира ставили отметки «мне нравится», превратив это в глобальный флешмоб в интернете, называемый также смартмобом. Дадим определение этому понятию: смартмоб в общем смысле – это социальная группа с неопределенными границами членства, которая действует согласованно по времени с определенными целями, предварительно скоординировав свои действия с помощью средств Интернета и мобильной коммуникации [2, с.100]. Эта акция стала настолько глобальной, что сейчас обычное куриное яйцо набрало 53,2 млн лайков только в этой публикации. Но создатели данного рекорда не остановились. Они добавили фотографии с яйцом, на котором появлялись трещины, но те не произвели такого резонанса и набрали в среднем около 10 млн лайков.

Этот рекорд не оставили без внимания создатели мемов, люди по всему миру придумывали различные пародии на данный рекорд. Так флешмоб видоизменился, теперь вместо того, чтобы просто поставить отметку «мне нравится», участники начали придумывать мемы, загружать их в свои истории и посты с пометкой данного аккаунта. Некоторые были добавлены в актуальные истории с названиями «#EGGGANG» и «MEMES» в данном аккаунте. По результатам исследования большинство из них, а именно 57%, представляет собой какие-то популярные фильмы, мультфильмы, клипы, фотографии звезд, где лица людей, персонажей, а также различные предметы заменены на яйца (рис.1), на 6% присутствуют звезды либо с яйцом в руках, либо с рисунком яйца на одежде, на 8% популярные мемы, переделанные на тему яйца, 29% - это фото людей с татуировками, стрижками в виде яйца, с лицом в форме яйца (рис.2).



Рис.1 Примеры историй «#EGGGANG»



Рис. 2 Примеры историй «MEMES»

Далее создатели рекорда решили запустить новый смартмоб. Они опубликовали пост, в котором рассказали о том, что яйцо потерялось и предложили пользователям инстаграма найти его за вознаграждение. Подписчики оживились, в Instagram появилось огромное количество постов под хештегом «#MissingEgg» с фотографиями (69%) и видео (31%), посвященными найденным яйцам. Некоторые начали создавать свои аккаунты, в которых публиковали в течение продолжительного времени фотографии яйца, путешествующего по миру. Часть людей снимала свои «находки» в истории, благодаря чему появилось новое актуальное под названием «LOST».

В результате анализа удалось выяснить, что 93% участников – это аккаунты реальных людей, остальные 7% — это различные предприниматели, решившие идти в ногу со временем и создать креативную, а главное бесплатную рекламу (стоматологические клиники (рис.3), обсерватория, дизайнеры, магазины одежды), аккаунты домашних животных. В данном флешмобе участвовало примерно равное количество как женщин, так и мужчин (ж - 48%, м - 45%), причем 72% — это люди среднего возраста, 18% - дети и подростки, 10% - люди пожилого возраста. В 91% случаев на фотографиях так или иначе присутствуют яйца, причем в 69% случаев у них нарисованы глаза и рот, а в 53% случаев яйцо путешествует, гуляет, выполняет роль человека. На 26% фотографий яйцо разбито или треснуто. В 9% случаев на фотографиях не изображено яйцо, а его роль играют другие предметы (лысая голова, картофель (рис.3), различные подделки, предметы декора). На 41% фотографий присутствует ещё и человек, на 8% - домашние животные. Только 3% участников

флешмоба – это жители России, 12% - США, 7% - Великобритания, 9% - Германии, также участвовали жители Австрии, Австралии, Франции, Малазии, Ирландии, Индии и многих других стран.

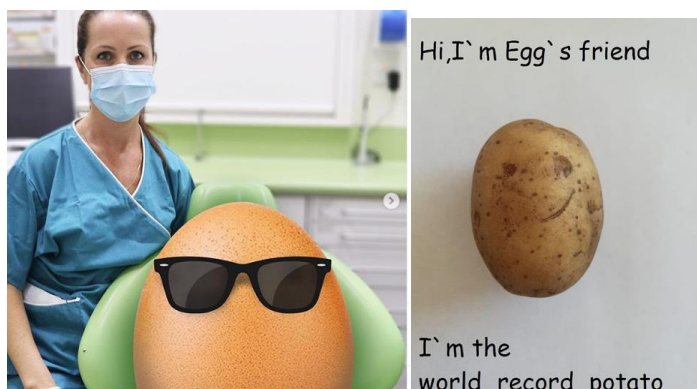


Рис.3 Примеры публикаций «World_record_egg»

Подведем итог. В настоящее время социальные сети позволяют объединять, казалось бы, разных людей, создавать различные массовые движения, флешмобы в интернете, именуемые также смартмобами. Рассматривая данное явление на примере World_record_egg, можно предположить, что людям приятно чувствовать себя причастными к такому массовому движению. Также можно предположить, что их привлекло вознаграждение, а также возможность раскрутки своего аккаунта. Многим хотелось, чтобы их истории были опубликованы в «актуальных». Невозможно понять почему данный смартмоб был посвящен именно яйцу. Но, как показывает практика, уровень абсурдности и необычности флешмоба прямо пропорционален уровню популярности и охвату аудитории. Участвуя в таких странных массовых движениях, можно испытать чувство единения с окружающими, развлечься, обрести иллюзию «значимости», на что, собственно, и направлены социальные сети.

Литература:

1. Иванюшкин И. А. Историко-философские пролегомены к онтологии интернета (природа интернета в свете классической философской мысли) // Вестник Мурманского государственного технического университета. 2013. Т. 16, № 2. С. 312–317. С. 312
2. Быльева Д.С. Лобатюк В.В. Смартмоб: социально-философский анализ// Научно-технические ведомости СПбГПУ. Гуманитарные и общественные науки. 2018. Т. 9, № 1. С. 63–71. Doi: 10.18721/jhss.9107
3. 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. Doi: 10.18721/jhss.9107
4. Rheingold H. Smart mobs: The next social revolution. Cambridge, MA: Perseus Publ., 2002.
5. Кушнарера И. Ко всему приделать лайки // Философско-литературный журнал логос 2012. № 2(86) С. 3–9. С. 8

Секция 6. Проблемы межкультурной коммуникации
Problems of intercultural communication

УДК 130.2, ББК 71.045

Н.П. Безуглова
Nadezhada Bezuglova, besuglova@mail.ru

Эпистемологические ориентации в исследованиях межкультурных взаимодействий
Epistemological orientations in research of intercultural interactions

Всероссийская академия внешней торговли
Russian Foreign Trade Academy

Эта статья является попыткой обсудить некоторые основные недостатки, встречающиеся в межкультурных исследованиях на эпистемологическом уровне. Цель анализа культуры заключается в утверждении о том, что многие недостатки межкультурного исследования лежат в эпистемологических позициях, на которых базируются методологические подходы. Автор утверждает, что позитивизм доминирует в межкультурных исследованиях и исследует степень, до которой этот подход может быть использован.

Ключевые слова: культура, культурные различия, межкультурные взаимодействия, межкультурная коммуникация, поведенческие образцы.

This article has been an attempt to discuss some major shortcomings encountered in intercultural research at epistemological levels. The purpose of analyze of culture is to maintain that many drawbacks of intercultural research reside in epistemological positions upon which methodological approaches hinge. The author argues that positivism dominates intercultural research and investigate the extent to which this approach can be used.

Keywords: culture, cultural differences, intercultural interactions, intercultural communication, behavioral patterns.

В статье предпринимается попытка выявить проблемные места, с которыми сталкиваются в исследованиях межкультурных взаимодействий на эпистемологическом уровне. Многие недостатки межкультурных анализов укоренились в эпистемологических положениях, которые зависят от методологических подходов. В соответствии с этим представлением в статье предпринимается попытка рассмотрения эпистемологических проблем межкультурных исследований. Поскольку позитивизм в данных исследованиях доминирует, то степень использования этого подхода для исследования абстрактного понятия культуры имеет определённые пределы. Альтернативой позитивизму призван стать социальный конструктивизм.

Эпистемология или теория познания исследует природу, источники, а также границы познания. Эпистемологические ориентации формируют специфическое представление индивида о мире и находятся в тесной связи с методологическими подходами, влияющими на алгоритм исследовательского процесса. Большинство межкультурных исследований обладает онтологическими и эпистемологическими уровнями. Онтологический реализм подразумевает наличие внешней действительности, не зависимой от познавательного процесса. Эпистемологический реализм предполагает наличие доступной для познания внешней действительности. С онтологической точки зрения культура состоит из целого спектра установок и

жизненных практик, что позволяет исследовать, измерить культуру, как независимое и объективное явление. Такой взгляд на культуру лежит в основе позитивистской стратегии исследования, в соответствии с которой действительность воспринимается как конкретный, устойчивый феномен с детерминированными взаимодействиями его составных частей [5]. Цель аналитико-позитивистского исследования заключается в подробном объяснении объективной действительности. При этом предполагается, возможность только одного ответа на задаваемый исследованием вопрос.

Под влиянием триумфа естественных наук сторонники позитивистского подхода настаивают на методологическом единстве всех наук и отрицают фундаментальные различия между естественными и общественными науками. Герменевтика, в свою очередь, указывает на существенное различие между классическими естественными и общественными науками. Различие этих двух подходов существеннее, чем расхождение в методах получения знания и заключается в целях познавательного процесса. В то время как позитивисты делают попытку объяснить явления, герменевтики нацелены на их понимание. Объяснение и понимание могут иметь нечеткие границы, которые не исключают, однако, наличия значительных отличий. Объяснение нацелено на выявление общих признаков, поведенческих образцов [5]. Понимание же, в свою очередь, выступает как объяснительное понимание смысла деятельности через определенный контакт с индивидами. Другими словами, объяснение ставит в визир учёт внешних причинных переменных, вносящих ясность в наблюдаемый образ действий, поэтому они должны содержать максимально операционализированные дефиниции. В противном случае такие результаты (объяснения) были бы основаны на концепциях, не совпадающих с объективной действительностью, что может привести к недопониманию и ложным выводам [8].

На основании обзора литературы по межкультурной коммуникации легко установить наличие позитивистского подхода в большинстве исследований межкультурных взаимодействий. Достаточно вспомнить работы Г.Хофтеде [7], Ш.Шварца [5], Ф.Тромпенаарса [4] и др. Многими исследователями отмечается, однако, достаточно ограниченные возможности применения позитивистской перспективы при исследовании сложного понятия культуры. Они справедливо указывают на то обстоятельство, что человек и его культурное окружение - исторические понятия, корректное понимание которых предполагает анализ соответствующего социального контекста. Некоторые критические настроенные ученые утверждают, что позитивистский подход превратил культурные феномены в антиисторические явления, не осознаваемые в психологическом отношении [5]. Другие ученые [12] утверждают, что позитивистское исследование можно применять для проведения количественных измерений культуры, но глубинные слои культурной природы с помощью таких методов исследования осознаются с трудом.

Позитивистский подход подчеркивает важность обобщений и поэтому разнообразные исследования межкультурных взаимодействий, придерживающиеся данного алгоритма, сформулировали довольно много универсальных выводов, которые, однако, не достигают точности результатов естественнонаучных исследований.

Возникает вопрос о том, насколько можно положиться на такое знание и можно ли его применить для интерпретации результатов научных поисков в области межкультурных коммуникаций. Среди многих межкультурных исследований найдётся немного таких, которые могут предоставить точные и надежные результаты. Следует учитывать также и то, что данные таких исследований следует рассматривать как составную часть сложного социального потока. Если оторвать эти результаты от оригинального контекста, то они едва ли подойдут для объяснения других ситуаций межкультурных взаимодействий.

Поскольку культура - сложное понятие с нечеткими границами, исследователи, придерживающиеся аналитико-позитивистского подхода, пытаются выработать практичные модели. Например, Г.Хофстеде [7] в своей знаменитой работе 1980 года «Следствия культуры» формулирует четыре культурных параметра. Тем самым предпринимается попытка редуцировать многогранный феномен культуры до конкретных индикаторов. Хотя высоко операционализированные модели облегчают проведение анализа, однако, одновременно демонстрируют потенцию по искажению исследовательских концепций и полученных результатов. Некоторые ученые надеются найти причинно-следственные связи, используя несколько переменных. Однако попытка усиления внутренней достоверности исследования может повредить внешней достоверности, то есть степени, до которой полученные данные исследования могут экстраполироваться на другие случаи межкультурных коммуникаций. Поскольку большая часть такого анализа ищет воображаемые узкие причинные соотношения, то они сосредотачиваются на ограниченных аспектах исследований и не в состоянии обеспечить всестороннее понимание культурных явлений. По этой причине ученые вынуждены делать априорные предсказания и выдвигать исследовательские гипотезы вместо стремления понять и объяснить природу межкультурных взаимодействий [6].

Несмотря на критические замечания, следует признать, что позитивистские исследования отличаются определенной внутренней и внешней достоверностью, а также понятными выводами, поскольку их результаты в значительной степени свободны от контекста и независимы от исследователей. Они могут применяться к сходным случаям, что увеличивает предсказуемость таких научных изысканий. Согласно доминирующей в современном знании прагматической перспективе ценность знания определяется возможностью ее применения в реальных условиях и соответственно более практичное знание выше цениться.

Исследования межкультурных взаимодействий на основе достаточно распространённых анкетных опросов, рассматривающие культуру как изученный феномен, помогают достичь большей эффективности в профессиональной сфере. Предсказуемость и практичность позитивистских исследований способствует их дальнейшему развитию. Поскольку научные поиски такого рода нацелены на создание практически ориентированного и относительно контекстно-свободного знания, то они получают внимание и финансовую поддержку от ученых и практиков. Например, исследования, применяющие позитивистский, количественный подход имеют, больше шансов попасть на страницы журналов по менеджменту, например, такого известного

как «Journal of corporative international management» [8]. Дополнительным аргументом в пользу позитивистского подхода у его сторонников является утверждение об относительной молодости данного метода, и поэтому совершенствование количественных методов увеличивает шансы на получение интересных результатов [8]. Некоторые ученые утверждают, что проблемы, с которыми сталкиваются позитивистские исследования происходят из-за недостаточного развития их методов и соответственно внедрение передовых количественных способов познания анализа является залогом улучшения качества исследовательских поисков.

Современные авторы подчеркивают направленность позитивистски ориентированных исследований на анализ повторяющихся явлений культуры, в то время как социально конструктивистская перспектива рассматривает действительность как социальное строительство, которое не может быть независимым от его наблюдателей. Если объективная реальность создается людьми, то она может быть ими изменена. В свою очередь, цель и смысл деятельности влияют на совершающих ее людей. Таким образом, можно отметить глубокие отношения между действительностью и людьми, которые создают ее. Индивиды (акторы производства) и действительность (что произведено) находятся в диалектическом взаимодействии [5]. Опирающиеся на конструктивистскую перспективу исследователи пытаются понять и описать диалектические отношения, которые постоянно получают новую интерпретацию.

Что касается культуры, то конструктивистская перспектива сосредотачивается на интерпретациях участников межкультурных коммуникаций или конструкциях культуры, что означает рассмотрение того, как индивиды идентифицируют свои особенности. Соответственно, культура - продолжающийся процесс интерпретации, а не устойчивая структура ценностей и норм. Социальный конструктивизм может иметь много форм. В своей радикальной форме, конструктивистская точка зрения утверждает то, что культуры и культурные различия существуют только тогда, когда люди узнают о них в социальном взаимодействии [11]. Хотя исследователи, разделяющие социально конструктивистскую перспективу - не составляют большинства, они совершают многообещающие открытия, выдвигая на первый план важность интерпретаций культурных различий участниками самих межкультурных взаимодействий. Л. Сурманидзе [3] справедливо отмечает, что становление конструктивистского подхода к анализу межкультурных коммуникаций продолжается. Эта парадигма все еще находится в процессе формирования.

Социально-конструктивистская перспектива имеет значительный потенциал для управления культурными различиями. Тот факт, что культуру нужно рассматривать как строительство индивидов, подчеркивает важность организаторских проблем при восприятии культурных различий. Эта перспектива разрешает учёным рассматривать культуру и культурные различия как ментальные конструкции, поддающиеся управлению. Вместо противоречивых ориентаций, реалистические и конструктивистские перспективы опираются на два различных эпистемологических основания, которые обладают потенциалом, усиливающим влияние культуры на организационные исследования. Это означает, что межкультурные взаимодействия

поддаются более эффективному пониманию в том случае, если принимаются во внимание не только как реальные проявления культур, но и как рефлексивные процессы, позволяющие индивидам самим извлекать смысл из культур. Джон Берри утверждает, что, «...культура больше не считалась единственным или преимущественно объективным контекстом для развития деятельности людей. Теперь ее рассматривали как нечто более субъективное, как культуру в сознании людей» [1, с.252].

Исследователь М.Коул верно заметил, что данному подходу присуща субъективная включенность исследователя в изучаемую культуру, которая хотя и является универсальным феноменом, но «не является продуктом универсального применимых рациональных способов решения проблем» [2], что придает существенную значимость феноменологической концепции. Различные нормативные цели исследований отражаются в исследовательских ориентациях, используемых для анализа феномена культуры. Типичным для изучения межкультурных взаимодействий, например, в экономике является примордиальное, а в таких исследованиях, как миграции — конструктивистское понятие культуры. Оба подхода оказываются одинаково функциональными для изучения и операционализации культуры соответственно различным нормативным целям обеих областей применения.

И это не случайно, поскольку в исследованиях межкультурных взаимодействий в экономике, ученые анализируют прежде всего культурные различия, которые требуют определенного учета и нивелирования во время межкультурного контакта. При изучении миграции отношение к культурным различиям встраивается в другое отношение. Культурные особенности воспринимаются как явление, требующее бережного отношения [10, с.60]. Если исследования межкультурных взаимодействий придерживаются культурных и политических нормы интеркультурализма, то научные изыскания по вопросам миграции обременены риторикой мультикультурализма и толерантности [10, с.61].

В заключении отметим следующее. Среди исследований межкультурных взаимодействий сформировалась устойчивая группа наиболее популярных научных штудий, придерживающихся позитивистской ориентации. Среди них можно выделить работы Ф. Тромпенаарса, Г. Хофстеде, Ш. Шварца и других. Ученых часто упрекают в том, что используемые ими концепции культуры носят упрощенный и практически ориентированный характер. Культура понимается как холистический феномен, понимаемый как субъективная, зафиксированная система. Ученые при проведении своих научных поисков отталкиваются от макроперспективы, стремятся установить описания общие закономерности предмета исследования, что помогает индивиду справляться с проблемами межкультурных контактов.

Альтернативой исследованиям, использующим позитивистский подход в большинстве исследований межкультурных взаимодействий, являются исследования, проводимые этнологами, изучающими миграцию. Следует, однако, отметить, что исследование межкультурных взаимодействий демонстрируют невысокую готовность к восприятию интеракционистских и конструктивистски ориентированных подходов. Современные исследования межкультурных взаимодействий испытывают трудности,

логически связанные с дефицитом целостного представления о культуре, что дает достаточно мощный толчок для дальнейшего осмысления методологических проблем. Исходя из традиций двух эпистемологических ориентаций, познание культуры требует сбалансированного применения как позитивистской, так и герменевтической методологии, и, тем самым, усиления стремлений современных ученых к их синтезу.

Литература:

1. Берри Дж., Пуртинга А.Х., Сигалл М.Х., Дасен П.Р. Кросс-культурная психология. Исследования и применение. Харьков: Гуманитарный Центр, 2007,- 560 с.
2. Коул М. Культурно-историческая психология. «Когнито-Центр», 1997.
3. Сурманидзе, Л.Д. Человек: соотношение национального и общечеловеческого. Сб. материалов международного симпозиума (г.Зугдиди, Грузия, 19-20 мая 2004 г.) Выпуск 2/Под ред. В.В. Парцвания. СПб.: Санкт-Петербургское философское общество, 2004. С.225-228.
4. Тромпенаарс
5. Arbner, I. and Bjerke, B. Methodology for Creating Business Knowledge. 2nd Edition, Thousand Oaks, London and New Delhi: Sage Publications. – 1997.
6. Earley P.C. and Singh H. International and Intercultural Management Research: What's Next? Academy of Management Journal, Vol. 38, 2, 327 – 1995 – p.340.
7. Hofstede, G. Cultures Consequences: International Differences in Work-related Values. Beverly Hills, CA: Sage, 1980.
8. Johnson P. & Duberley J. Understanding Management Research, London, Sage Publications, 2000.
9. Moosmüller, Alois. Interkulturelle Kommunikation aus ethnologischer Sicht / Alois Moosmüller // Konzepte der Interkulturelle Kommunikation- Theorieansätze und Praxisbezüge in interdisziplinäre Perspektive. - St. Ingbert, 2004. - S. 60-61.
10. Schwartz, S. H. Universals in the content and structure of values: Theoretical advances and empirical tests in 20 countries. //M. P. Zanna (Ed.), Advances in Experimental Social Psychology, vol.25. - Orlando: Academic Press, 1992. - pp.1-65.
11. Vaara, E. Constructions of Cultural Differences in Post-Merger Processes: A Sensemaking Perspective on Finnish-Swedish Cases. Management, 3, - 2000.
12. Von Krogh, G. and Roos, J. Organizational Epistemology. MacMillan, London and St. Martins Press, New York. – 1995.

УДК 316.774, ББК 87.6

Н.А. Ореховская

Natalia A. Orekhovskaya, orehovskaya@yandex.ru

Межкультурная коммуникация как инструмент взаимопонимания между носителями разных культур

Intercultural Communication as a Tool of Mutual Understanding Between the Bearers of Different Cultures

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации
Financial University under the Government of the Russian Federation*

Актуальность исследования межкультурной коммуникации обусловлена глобализацией современного мира, повышением значимости межкультурного взаимодействия во всех областях деятельности человека. Основной вывод работы заключается в идее о том, что целью коммуникации должно стать взаимопонимание носителей культуры и толерантность по отношению к индивидуальным чертам каждой культуры в отдельности.

Ключевые слова: межкультурная коммуникация, постиндустриальное общество, культура, нравственная культура, воспитание

The relevance of the study of intercultural communication is due to the globalization of the modern world, increasing the importance of intercultural interaction in all areas of human activity. The main conclusion of the work is the idea that the purpose of communication should be mutual understanding of cultural carriers and tolerance towards the individual traits of each culture separately.

Key words: intercultural communication, post-industrial society, culture, moral culture, education.

Проблематика межкультурного общения сложна, включает много аспектов. На ней сходятся разнообразные области знаний, поэтому нет сомнений в необходимости ее дальнейшего исследования. Причин, по которым нужно изучать межкультурные различия, несколько. Прежде всего, такое знание дает четкое осознание особенностей собственной культуры. Повышается эффективность взаимодействия с представителями иных культур. Появляется действенный механизм для снятия межэтнической напряженности. Это знание будет руководством, как избежать этнических конфликтов. Исследуя культуры других народов, человек учится терпимости и уважению.

С помощью аудиовизуальных технологий возможности к реализации межкультурного общения существенно расширяются. Благодаря ним в процесс коммуникации культур включается все большее количество представителей самых разных этнических групп [1]. Знакомясь с практиками чужих культур, человек приходит к идее неоспоримой уникальности своей культуры. Будучи возведенной в абсолют, эта идея способна дать неожиданные реакции и поведенческие сценарии, и не всегда положительные.

Каналы межкультурных коммуникаций в постиндустриальном обществе изменяются. Аудиовизуальные технологии расширяют их разнообразие. Возникают новые коммуникативные направления, трансформирующие традиционное культурное пространство, которое в эпоху глобализации преобразуется в активного участника межкультурных взаимодействий. [3]. Управление виртуальным пространством Интернета и других сетей (онлайн-миром) дает возможность освоения неопределенной социокультурной среды с ее постоянными изменениями и возникающими возможностями, необходимых для решения возникающих проблем и задач [2].

Коммуникация должна справляться со своей главной миссией – налаживание взаимопонимания между носителями культур и воспитание толерантности к индивидуальным особенностям каждой из них. Необходимо выработать поликультурность в человеческом мышлении. Первоочередные идеалы современного культурного информационного пространства заключаются в духовности, нравственности, культуротворчестве и личностном росте. Они позволят человечеству справиться с трудностями, возникающими в процессе изменения культурно-коммуникативного поля.

Обязательный атрибут, присущий любому значимому социокультурному взаимодействию, будь то контакту между индивидуумами, будь то диалогам цивилизаций и культур – это культура нравственная. Она является фактором, характеризующим одновременно и само взаимодействие, и его результаты, определяя кодекс, форму и нормы внутригрупповой коммуникации.

Важнейшими факторами социально-культурной динамики в постиндустриальном обществе являются:

- перенаправление векторов и трансформация механизмов межкультурного общения;

- стремление к взаимопониманию, ведению диалога и налаживанию партнерства;
- поддержка стабильного социально-коммуникативного поля;
- единство субъектов социума в решении важных общественных проблем.

На практике нравственная культура влияет на нравственную творческую силу человека. Под этой силой подразумевается самосозидание, регулирование отношений в социуме на фундаменте нравственных приоритетов, существующих в конкретных культурно-исторических реалиях. В процессе диалога культуры обогащаются ценностным содержанием и развиваются с максимальной продуктивностью.

Литература:

1. Кушнир Д.Ю. Информация: социально-философская концептуализация понятия. Гуманитарий Юга России. 2018. Т.7. №4. С.141-148.
2. Поликарпова Е.В. Сознание человека и обработка социальной информации. Известия ЮФУ. Технические науки. 2012. с.253-258. Электронный ресурс [КиберЛенинка: <https://cyberleninka.ru/article/n/soznanie-cheloveka-i-obrabotka-sotsialnoy-informatsii>]
3. Сидоренко Е.В. Тренинг коммуникативной компетентности в деловом взаимодействии.– СПб.: Речь, 2008.- 208с.

УДК 316.77, ББК 60.0

О.Ю. Яценко

Oksana Iatsenko, yatsenkoox@mail.ru

Миграционная политика и образование. Управление миграцией через организацию долгосрочных образовательных проектов
Migration policy and education. Migration management through the organization of long-term educational projects

Государственный университет управления (Москва)
Moscow State University of Management

Статья посвящена проблеме роста миграционных потоков и проблемам, связанным с необходимостью формирования долгосрочных образовательных программ для улучшения качества трудовой миграции и создания условий для адаптации мигрирующих в новой социальной среде

Ключевые слова: глобальные проблемы, демографические проблемы, миграция, миграционная политика, образовательная миграция

This Article is devoted to the growth of migration flows and the problems associated with the need to develop long-term educational programs to improve the quality of labor migration and create conditions for the adaptation of migrants in a new social environment.

Keywords: global problems, demographic problems, migration, migration policy, educational migration

Особенностью повседневных реалий, является наличие глобальных демографических процессов, которые, как часть социального настоящего любого общества, содержат проблему миграции. Говоря о миграционных потоках, необходимо понимать, что цифровые технологии, которые позиционируются как необходимое условие прорыва в перспективное будущее для российского общества, конечно, помогают облегчить ситуацию, связанную с перемещением все большего числа людей через границы государств в поисках лучшего будущего для себя и своих семей. Но цифровизация процесса учета миграционных потоков, сокращения сроков оформления

документов и пр. не дает возможности получить ответы на главные вопросы: каковы сроки адаптации мигрантов в новой для них социальной среде? Насколько их ожидания реализуются в обществе, которое предлагает ми рабочие места часто неквалифицированного сотрудника, либо работника, занятого в сервисе, который получает низкую зарплату за свой тяжелый труд? Есть ли возможности и политическая воля для обеспечения социальных прав людей, оказавшихся мигрантами? Существуют ли программы социальной и культурной адаптации таких работников в контекст принимающего общества?

Ответы на поставленные вопросы дает сама жизнь – и мы все чаще слышим о тех проблемах, которые страны, принимающие трудовых мигрантов, создают себе именно потому, что не пытаются решить социальные вопросы, связанные с притоком иностранной рабочей силы. Миграционная политика – это именно то направление, которое позволяет стране планировать миграционные процессы и минимизируя риски, выстраивать долгосрочные отношения с теми, кто приезжает в страну и имеет возможность не только временного трудоустройства, но и перспективу перехода в гражданство и приобретение полных прав на социальные блага. Как показывает анализ исследований в сфере миграционных процессов, далеко не каждый политический класс имеет четкое представление о том, как должна выглядеть картина пополнения общества мигрантами. Большинство ограничивается предоставлением возможности пребывания на территории страны и предоставления определенного статуса. При этом развитие ситуации идет «от практики» - государственные службы следуют за ситуацией, чаще всего безнадежно упуская инициативу и превращая нормальный процесс адаптации мигрантов в конфликт, сотрясающий общество. В свою очередь можно понять и принимающую сторону, которая не всегда понимает цели, преследуемые политиками, допускающими на территорию страны огромное количество беженцев, предоставленных самим себе, либо, (иногда и то и другое) получающих пособия за счет средств налогоплательщиков и становящихся серьезной нагрузкой на бюджет государства. Необходимо сознавать риски и менять подходы к миграционной политике и предвидеть те цели, во имя которых страна оказывается принимающей к себе некоторое число людей, не имеющих по различным причинам возможности пребывания в собственной стране.

Одним из таких способов может стать структурный анализ миграционных потоков и применение новой миграционной политики, позволяющей удовлетворять особенно перспективную часть социальных потребностей – потребность в получении знаний. Образовательная миграция представляется самым оптимальным способом решения комплекса проблем, связанных с миграционными процессами. И, поскольку миграция как системный элемент глобальной динамики становится перманентным процессом, то образование как социальный институт может способствовать решению социальных, культурных и иных задач. И такое решение будет планомерным, системным для людей, которые должны иметь возможность менять свою жизнь к лучшему.

Культурное измерение международного образовательного рынка A Cultural Dimension of the International Academic Market

*Всероссийский государственный институт кинематографии им. С.А. Герасимова
All-Russian State Institute of Cinematography after S.A. Gerasimov*

В статье рассматриваются проблемы дистанционного образования в кросс-культурной, мультикультурной среде. Отмечается, что современные информационно-коммуникационные технологии позволяют учебным заведениям существенно расширить контингент своих студентов за счет выхода на международный рынок образовательных услуг. Указывается, что эффективность обучения значительно повышается за счет адаптации учебного материала к глубоко интернализированным культурным ценностям и образу мышления. В качестве теоретической базы методических разработок при подготовке и осуществлении дистанционного обучения предлагается использовать модель культурных параметров Хэфстеде, которая описывает, как культура влияет на ценности, разделяемые его членами, и как эти ценности определяют стиль поведения. Эта модель помогает понять, что многие затруднения в международных интеракциях возникают по причине различий между культурами, в которых родились и живут педагоги и студенты.

Ключевые слова: дистанционное образование, кросс-культурная коммуникация, мультикультурная коммуникация, модель культурных параметров, медиатехнологии в образовании

The article studies the problem of e-learning in cross-cultural and multicultural environment. It is emphasized that state-of-art information and communication technologies allow schools to expand their students' number by entering the international academic market. It is underlined that learning efficiency substantially increases provided that the instructional material is adapted to the deeply internalized cultural values and thoughts. Hofstede's model of cultural dimensions is suggested as a theoretical framework to develop and realize e-education. It describes how culture influences the values, shared by the members of the society and how these values define their behavior. The concept helps to understand that most problems in international interactions are caused by differences between cultures, in which teachers and students live.

Key words: e-learning, cross-cultural communication, multicultural communication, Hofstede's model of cultural dimensions, media technologies in education

1. Введение

Благодаря бурному развитию компьютерно-опосредованных коммуникаций и интернет-технологии учебные заведения получили исключительную возможность расширить сферу своей деятельности за счет выхода на международную арену. Глобализирующиеся торговля, промышленность, финансы создают мир, в котором кросс-культурные интеракции возникают намного чаще, чем в любое другое время в прошлом. Потребность в новых профессиях и углубление специализации во многих традиционных профессиях значительно увеличивают масштаб целевой аудитории для обучения. Специалисты, стремящиеся «быть в курсе», и студенты, желающие овладеть специальными знаниями и навыками, которые отвечают потребностям быстро меняющегося мира, ищут доступ к соответствующим образовательным ресурсам, даже если для этого приходится ехать за границу или учиться дистанционно. Более простые и дешевые коммуникации, в особенности, подогревают растущее желание учить и учиться в кросс-культурной среде.

2. Изучение культурных параметров

Обучение и учение в международном образовательном пространстве сопряжено с важными проблемами. В студенческой среде, которая прежде была относительно однородной в национальных границах, становится заметнее культурное многообразие,

возможно, благодаря глубоко интернализированным культурным ценностям и образам мышления, которые невозможно исключить из процесса обучения [1]. Рост влияния культурных различий подтверждается не только их признанием и толерантностью, но также желанием сохранить это разнообразие как ценный ресурс, помогающий решить многие проблемы, которые стоят перед мировым сообществом сейчас и останутся в будущем. Кроме того, следует учитывать стремление сохранить разнообразие в ответ на угрозу утраты культурной самобытности перед лицом глобализации и усилить сплоченность сообщества благодаря признанию права на культурное выражение.

Растущая потребность в доступе к образовательным ресурсам заставляет студентом законно требовать культурно адаптированный образовательный контент, обеспечивающий полное развитие индивида [2]. Как отмечается, у студентов, приобретающих знания в мультикультурном контексте, не синхронизированном с их собственной культурой, иногда возникает серьезный конфликт [3]. Он объясняется не только несовместимым способом обучения и учения, но и тем, что растущее «профессиональное эго» стремится сохранить связь с местной культурой, в которой студент в конечном итоге будет работать. Следовательно, провайдеры учебного материала – педагоги, методисты, разработчики – особенно те, кто работает в онлайн-среде, должны обладать навыками готовить контент, адаптированный местным культурным реалиям.

Провайдеры учебных курсов обязаны предвидеть реакцию учащихся, чтобы быть готовыми к неожиданностям, находя необходимый баланс между необходимостью помочь студентам приспособиться к конкретным профессиональным, образовательным и доминирующим культурам, которые представляет инструктор, и потребностью охватить культуру, в которой существует студент.

3. Приоритет культуры

Данные анализа контента международных курсов и форм их проведения порождают тревогу по поводу социокультурных параметров заданий, культурной адаптивности учебных материалов и свидетельствуют о необходимости полной или частичной перестройки курсов. Несомненно, культурные различия могут оказывать негативный эффект на желание студентов участвовать в онлайн-обучении. Замечено, что студенты международных курсов испытывают «чувство маргинализации и иногда даже отчуждения» от местных студентов даже в учебной среде с высокой степенью интерактивной коммуникации [4]. Несомненно, что через общение реализуются разные модели межкультурной коммуникации и что, чем острее культурные различия между участниками деятельности, тем чаще нарушается процесс коммуникации. Дистанционное образование более подвержено культурным конфликтам, чем традиционное, поскольку педагогам приходится взаимодействовать со студентами, которые остаются «физически и социально внутри другой культуры, которая чужда и почти неизвестна педагогу» [5].

По мере расширения международного рынка онлайн-обучения поставщики учебных курсов должны принимать во внимание разные образовательные ценности и культурные ожидания участников, а также учитывать влияние этих различий на

процесс обучения, чтобы сохранить конкурентные преимущества. Поэтому требуется разработка новых теорий и осуществление эмпирических исследований, чтобы определить новые направления в создании и доставке кросс-культурных онлайн-курсов.

Уважительное отношение к чужой культуре – очень важное условие работы педагогов и методистов, поскольку они выполняют функции социальных агентов, оказывающих существенное влияние на своих студентов. Иначе говоря, считать культуру приоритетом в процессе обучения не означает просто желание быть эффективным в содействии приобретению знаний. Это и этическая проблема.

Известно, что культуру не наследуют, ее усваивают. Знания, навыки и оценки – это все проявления культуры. Акты учения и обучения интегрированы в культуру и являются важными инструментами ее передачи. В мультикультурной среде эта передачи должна осуществляться крайне осторожно, безо всякой предвзятости.

Теоретические рамки большинства исследований кросс-культурной коммуникации определяются работами Г.Хофстеде [6], в которых он предложил модель культурных различий в разных странах мира. Эта концепция описывает влияние культуры общества на ценности, разделяемые его членами, и как эти ценности влияют на их поведение. Она широко используется в различных областях как парадигма для исследований, особенно в кросс-культурной психологии, международном менеджменте и кросс-культурной коммуникации. Будучи одной из первых, объясняющей различия, наблюдаемые между культурами, эта теория служит инструментом для приблизительного понимания других культур, подсказывает, что ожидать от людей в других странах и как вести себя с ними.

Опираясь на эту модель, можно утверждать, что многие затруднения в кросс-культурной коммуникации иногда возникают по причине различий между культурами, в которых родились и живут педагоги и студенты. Иногда эти проблемы возникают вследствие различий в социальном статусе педагогов и студентов в двух обществах, уместности учебного плана в каждом из обществ, различий в профилях когнитивных способностей между педагогами и студентами и между студентами.

Несмотря на внешние различия между людьми, все-таки считается, что внутри все одинаковы. Эта ложная предпосылка мешает принимать во внимание культуру других стран, сводя до минимума культурные различия. Как следствие, жители разных стран недопонимают или неправильно понимают друг друга.

Пэрриш и Линдер-Ванбершот представляют источники влияния на образ мысли и поведение в виде пирамиды из нескольких уровней, включая природу человека, культуру и личность. В основании структуры общая для всех человеческая природа, а вершиной является личность, уникальная у каждого индивида. Культура составляет самую большую среднюю часть пирамиды, отражающую многочисленные слои групповой интеракции (например, общенационального сообщества с местным) [7].

Когда люди демонстрируют отличия или сходства, легко спутать эти уровни, а в суммарном влиянии трудно выделить составляющие компоненты. Возникающая в результате неопределенность рождает ложные предположения и затрудняет

интеракцию с другими. Это верно не только для обучения, но и для других жизненных ситуаций.

4. Выводы

Новые информационные технологии не вызвали феномен конвергенции, которого ждали со времен провозглашения Маршаллом Маклюэном «глобальной деревни», культурные различия по-прежнему остаются существенными, и это разнообразие явно усиливается. Поэтому для того чтобы наладить эффективные кросс-культурные отношения, надо осознавать эти культурные различия.

Если организация образовательного процесса и разработка дидактических материалов социальны по своей природе, тогда поставщики учебного контента не должны занимать нейтральную позицию при подготовке своих курсов. Эффективность обучения значительно возрастет, если учитывать культурные особенности студентов и их запросы

Традиционная учебная среда может стать ареной борьбы для преподавателей и студентов, если столкнутся разные культуры. Педагогам зачастую бывает трудно встроиться в культуру каждого студента. Опора в педагогической практике на один набор ценностей, а именно на доминирующую культуру в мультикультурной среде может завести в тупик.

Литература:

1. Nisbett, R.E. (2003). *The geography of thought: How Asians and westerners think differently...And why*. New York: Free Press. 266 p.
2. Visser, Jan. (2007). *Learning in a global society*// *Handbook of distance education*, Edition: Second edition, Publisher: Lawrence Erlbaum, Editors: M. G. Moore, pp.635-648.
3. Pincas, A. (2001). "Culture, cognition, and communication in global education", *Distance Education: An International Journal*, Vol. 22 No. 1, pp. 30-51.
4. Shattuck, K. (2005). *Glimpse of the global coral gardens: Insights of international adult learners on the interactions of cultures in online distance education*. Unpublished doctoral dissertation, The Pennsylvania State University. P.186.
5. Moore, M. (2006). Editorial. *The American Journal of Distance Education*. 20(1). P. 1.
6. Hofstede, G., & Hofstede, G. J. (2005). *Cultures and organizations: Software of the mind* (2nd ed.). New York: McGraw-Hill. 436 p.
7. Parrish, P. & Linder-VanBerschoot, J.A. *Cultural Dimensions of Learning: Addressing the Challenges of Multicultural Instruction* // *International Review of Research in Open and Distance Learning*. Volume 11, Number 2. 2010. P.7-8.

Этнопсихологические и акмеологические характеристики копинг-поведения
Ethno-psychological and acmeological characteristics of coping behavior

Санкт-Петербургский государственный университет
Saint Petersburg State University

В статье представлены результаты исследования особенностей копинг-поведения у мужчин и женщин, в зависимости от их этнической принадлежности и возраста. Был проведен сравнительный анализ социально-психологических различий в копинг-поведении. Выборку исследования составили 160 человек, в возрасте от 18 до 55 лет, средний возраст 33.5, проживающих в Республике Северная Осетия - Алания. Полученные результаты, возможно, употреблять в качестве отправных положений при организации социально-психологических служб в поликультурных регионах, а также при разработке учебных программ по психологии стресса, психологии личности, этнической психологии, возрастной психологии и психологии развития.

Ключевые слова: копинг-поведение, копинг-стратегии, совладающее поведение, проблемно-ориентированный копинг, эмоционально-ориентированный копинг, активное совладание.

The article presents the results of the study of coping behavior in men and women, depending on their ethnicity and age. A comparative analysis of socio-psychological differences in coping behavior was carried out. The study sample consisted of 160 people aged 18 to 55 years, the average age of 33.5 living in the Republic of North Ossetia - Alania. The results may be used as a starting point in the organization of socio-psychological services in multicultural regions, as well as in the development of training programs on stress psychology, personality psychology, ethnic psychology, age psychology and developmental psychology.

Key words: coping behavior, coping strategies, coping behavior, problem-oriented coping, emotionally-oriented coping, active coping.

Современные исследователи в области психологии проявляют огромный интерес к проблемам изучения психологических, этнопсихологических, физиологических, социальных и медицинских аспектов копинг-поведения. Под копинг-поведением мы понимаем способы того, как человек справляется со стрессовыми для него ситуациями [1]. Изучение этнопсихологических и акмеологических особенностей копинг-поведения особо актуально в связи с тем, что способствует лучшему пониманию способов целостного функционирования личности как субъекта деятельности в поликультурной среде [2]. С целью сравнения этнопсихологических и акмеологических характеристик копинг-поведения у представителей русского и осетинского этносов, нами было опрошено 160 человека (92 женщины и 68 мужчин), в возрасте от 18 до 55 лет. Исследование было проведено в Республике Северная Осетия-Алания, г. Владикавказ. На основании личной этнической самоидентификации были опрошены: представители осетинского этноса – 81 человек; представители русского этноса – 79 человек.

Были использованы следующие методы: «Копинг-поведение в стрессовых ситуациях» (разработан Н. Эндлером и Д. Паркером, адаптирован Т. Л. Крюковой) [3], «Опросник совладания со стрессом COPE» (разработан К. Карвером, М. Шейером и Дж. Вейнтраубом, адаптирован Т.О. Гордеевой, Е.Н. Осиным, Е.А. Рассказовой, О.А. Сычевым, В.Ю. Шевяховой) [4]. Результаты исследования были обработаны с помощью компьютерных программ Excel и «SPSS.13.0», был использован t-критерий Стьюдента. Согласно полученным данным, представители русского этноса в проблемной ситуации чаще используют проблемно-ориентированный копинг ($t=3,18$,

при $p \leq 0,01$), который включает в себя высокую степень самообладания и наличие веры в собственные ресурсы для преодоления трудных жизненных ситуаций. Полученные данные говорят о том, что для русских в возрасте от 25 до 50 лет характерен контроль эмоций и сдержанность, преобладает тщательное планирование действий и анализ возникшей проблемы. Тем самым, русские возрастной категории старше 50 лет, в стрессовой ситуации нацелены на изменение сложившихся проблемных обстоятельств, путем поиска полезной информации и активных действий по их устранению. В свою очередь, в осетинской выборке чаще прослеживалось использование эмоционально-ориентированного копинга ($t = -1,98$, при $p \leq 0,05$), отражающегося в чрезмерном проявлении собственных чувств и эмоций, вызванных неприятной ситуацией, а также с активным возмущением и протестом по отношению к трудностям, состоянием безнадежности, переживанием злости и возложением вины на себя и других. У представителей осетинского этноса в возрасте от 18 до 25 лет чаще наблюдается концентрация на собственных эмоциях ($t = -3,28$, при $p \leq 0,01$), проявляющаяся в сосредоточении на отрицательных и негативных эмоциях при неприятностях, выражении субъективных переживаний и демонстрация своих чувств. Определено, что респондентов осетинской выборки в возрасте от 25 до 50 лет отличает частое использование «отрицания» как совладающее со стрессом поведение в критической ситуации ($t = -3,70$, при $p \leq 0,01$). Это говорит о том, что осетины чаще русских не хотят верить в случившееся, и тем самым стараются всячески отрицать его реальность.

Копинг-поведение имеет разное содержание в зависимости от этнической принадлежности и возраста. Для представителей русского этноса социально приемлемыми копинг-стратегиями являются: положительная переоценка, планирование решения проблем, самоконтроль. Среди осетин прослеживается доминирование экспрессивности, которая выражается в легком отношении к жизни, большом доверии своим чувствам и интуиции. Полученные результаты исследования могут быть использованы при разработке рекомендаций по организации социально-психологических служб в поликультурных регионах, а также при разработке учебных программ по психологии стресса, психологии личности, этнической психологии, возрастной психологии и психологии развития, в практике психологического консультирования мужчин и женщин, переживающих трудную жизненную ситуацию. [2].

Литература:

1. Крюкова Т. Л. Культура, стресс и копинг: социокультурная контекстуализация совладающего поведения. – Кострома: КГУ им. Н.А. Некрасова; КГТУ, 2015. 236 с.
2. Гуриева С.Д. Межгрупповые отношения как область социально-психологического исследования // Общество. 2014. № 1 (1). С. 75-82.
3. Водопьянова Н. Е. Позитивная психология менеджмента // Р.А. Березовская, М.М. Борисова, Л.А. Верещагина и др.; под ред. Г.С. Никифорова. – Москва: Проспект, 2017. – 319 с.
4. Рассказова Е. И., Гордеева Т. О., Осин Е. Н. Копинг-стратегии в структуре деятельности и саморегуляции – Психология. Журнал ВШЭ. 2013. Том 10, № 1. – С. 82-118.

Larisa Ivanova, Evgeniya Lukomskaya
forlang@mitht.ru, Lukoe_mitht@mail.ru

**Межкультурный подход в обучении иноязычной профессиональной
коммуникации в неязыковом вузе**
**Crosscultural approach in professionally oriented foreign language communication
learning**

*Российский Государственный технологический Университет – МИРЭА (МИТХТ им.М.В.
Ломоносова)*

Московский Государственный Университет им. М.В. Ломоносова
Russia Technological University – MIREA (Institute of Fines Chemical Technologies Lomonosov)
Moscow State University Lomonosov

В статье рассматривается новое направление в методике преподавания иностранных языков, основанное на межкультурном подходе. Актуальной задачей преподавателя иностранного языка становится формирование у учащихся общей, коммуникативной и языковой компетенций, которые являются одним из основных условий реализации такого требования языковой политики, как установление взаимопонимания между носителями разных культур. Выделяются компоненты коммуникативной компетенции и необходимость ее формирования как обязательного условия взаимопонимания между народами в современном мире.

Ключевые слова: межкультурный подход, обучение иностранным языкам, межкультурная коммуникация, общая, коммуникативная и языковая компетенции.

The article deals with a new trend foreign language teaching based on the cross-cultural approach. The challenge for teachers today is to develop students common, communicative and language competences which are essential conditions for the realization of such a task of modern language policy as the establishment of mutual understanding between different cultures. The components of communicative competence are established. The development of communicative competence is considered to be an obligatory condition for mutual understanding between nations in modern world.

Keywords: foreign language teaching; cross-cultural approach, common, communicative and language competences.

В настоящее время в условиях активно протекающих интеграционных процессов и в эпоху формирования глобализированного информационно-коммуникативного пространства особую значимость приобретает проблема межкультурного общения.

В современном мире народы уже не могут существовать изолированно, не становясь участниками межкультурного диалога, Таким образом можно говорить о том, что общение и коммуникация составляют неотъемлемую часть жизни человека и являются важнейшим компонентом культуры.

Однако диалог представителей различных этнокультур и исторически сложившихся культурных моделей неизбежно ведет к необходимости преодоления коммуникативных барьеров между разными лингвокультурными общностями.

В процессе общения коммуникант одновременно решает две проблемы, с одной стороны, он стремится сохранить культурную самоидентичность, а с другой пытается включиться в чужую культуру, другими словами, здесь можно наблюдать два разнокачественных явления: интеграции и партикуляризации, в связи с чем актуализируется потребность в овладении знаниями о нормах и принципах межкультурной коммуникации.

Значимость межкультурной коммуникации, изучение которой начинает активно развиваться за рубежом во второй половине XX века, привлекла внимание представителей таких социально-гуманитарных наук, как психология, философия, лингвистика, психолингвистика, социолингвистика, лингводидактика и др.

Первое определение межкультурной коммуникации предложили в 1972 году американские ученые Ларри Самовар и Ричард Портер в книге «Коммуникация между культурами» (Communication between Cultures).

Согласно этому определению, межкультурная коммуникация – это такой вид коммуникации, в котором отправитель и получатель принадлежат к разным культурам [1].

Важным для тематики данной работы представляется точка зрения И.И.Халеевой, которая отмечает, что межкультурная коммуникация – это процесс общения (вербального и невербального) между специфических процессов взаимодействия людей, принадлежащих к разным культурам и языкам [2].

Согласно мнению А.П. Садохина, межкультурная коммуникация – «это социально обусловленный процесс обмена информацией различного характера и содержания, передаваемый при помощи различных средств и имеющий своей целью достижение взаимопонимания» [3].

Исследование данного феномена позволило ученым выделить основные формы коммуникации (прямую, косвенную, опосредованную и непосредственную), определить предпосылки готовности к межкультурному общению, а также установить модели коммуникативного поведения.

Эффективность межкультурной коммуникации зависит от многих факторов, в частности от:

- принадлежности социальной группе, общности;
- подчинения ценностно-нормативным порядкам того общества, где проходит коммуникация;
- особенности ситуации общения.

Таким образом, можно утверждать, что для успешной межкультурной коммуникации коммуникант должен проявить способность соотносить свою собственную и иноязычную культуры; обладать умением гибко использовать разнообразные стратегии для установления контакта с представителями иных культур; а также умением выступать в роли посредника между представителями своей и иноязычной культуры, устранять недопонимание и избегать конфликтные ситуации, вызванные межкультурными различиями, а также умением преодолевать сформировавшиеся стереотипы [4], иными словами сохраняя свою личную культурную идентичность и обладая культурной грамотностью, он должен уметь проявлять культурный плюрализм.

Совершенно очевидно, что доминантную роль в процессе межкультурной коммуникации играет язык, выступающий в роли основного средства общения с представителями других наций и культур. Язык отражает общественное сознание и менталитет народа, его образ жизни, обычаи и традиции; являясь хранилищем и

инструментом культуры, он формирует носителей языка; через язык человек познает окружающий мир, понимает систему ценностей; язык открывает доступ к иной картине мира, таким образом, сущность языка «заключается не только в передаче мысли от человека к человеку, но и в функции быть носителем и хранителем мысли, всего знания в индивидуальном и коллективном сознании человека» [5].

В настоящее время в контексте новой образовательной политики в Федеральных государственных образовательных стандартах высшего образования принят компетентностный подход, обеспечивающий интегративное основание для профессионального развития и полноценной самореализации личности в выбранной профессии, что соответствует современным требованиям в области подготовки специалистов.

В рамках этого подхода среди основных характеристик компетентности специалиста выделяются следующие аспекты:

- мотивационный (готовность к проявлению компетентности),
- когнитивный (владение знанием содержания компетентности),
- поведенческий (опыт проявления компетентности в разнообразных, стандартных и нестандартных, ситуациях),
- ценностно-смысловой (отношение к содержанию компетентности и объекту ее приложения),
- эмоционально-волевой (эмоционально-волевая регуляция процесса и результата проявления компетентности) [6].

Реалии XXI века, а именно движение современной цивилизации к глобальной информатизации, быстрая смена технологий, интернационализация обучения. Привели к осознанию необходимости модернизации системы высшего образования. Задачи в области образования должны быть нацелены на подготовку специалистов, обладающих высоким уровнем межкультурной компетентности, необходимым для ведения конструктивного межкультурного диалога, что в свою очередь приводит к успешной социализации индивидуумов в структурах глобального миропорядка.

При этом ключевую роль способен сыграть иностранный язык, выступающий в качестве необходимого компонента и основы международной коммуникации.

Концепция формирования межкультурной коммуникативной компетенции получила активное развитие в конце XX века. Большой вклад в ее разработку внесли работы Богатыревой М.А., 1998; Бондаренко О.Р., 1990; Головановой И.А.; Сафоновой В.В., 1993; Фурмановой В.П., 1994; Халеевой И.И., 1989 и др.

Межкультурная коммуникативная компетенция понимается как способность личности к самореализации в рамках диалога культур, при этом процесс обучения иностранному языку должен быть направлен на расширение языкового, социального, культурного и эмоционального опыта студентов за счёт поступательного приобщения к культуре страны изучаемого языка [7].

В контексте современной лингводидактики формирование межкультурной профессиональной компетенции рассматривается как общая стратегическая

приоритетная цель обучения иностранному языку в неязыковом вузе. При этом следует выделить несколько частных целей, составляющих её макроуровень:

1) совершенствование интракультурной компетенции как готовности и способности студента-нелингвиста выявлять, осознавать и интерпретировать понятия, представления, нормы и правила собственной профессиональной лингвокультуры;

2) формирование инокультурной компетенции как готовности и способности выпускника неязыкового вуза выявлять, осознавать и интерпретировать понятия, представления, нормы и правила иной профессиональной лингвокультуры;

3) развитие интеркультурной компетенции как готовности и способности выявлять, осознавать, интерпретировать, сопоставлять и обсуждать понятия, представления, нормы, правила, составляющие свою и иного лингвосоциума профессиональные картины мира.

Для достижения заявленных целей необходимо формирование и развитие таких субкомпетенций как:

лингвистическая, понимаемая как способность использовать арсенал разноуровневных языковых средств в соответствии с нормами конкретного языка и ответственная за овладение студентом профильным тезаурусом, как на родном, так и на иностранном языках;

социолингвистическая компетенция, позволяющая осуществлять выбор средств и способов языкового выражения в соответствии с целями, намерениями и ситуацией общения;

социокультурная компетенция, предполагающая знания национально-культурной специфики страны изучаемого языка, владение нормами и правилами профессионального общения;

дискурсивная компетенция, рассматриваемая как способность использовать адекватные тактики и стратегии общения для порождения и интерпретации профессионально ориентированных текстов;

стратегическая компетенция, позволяющая преодолевать трудности в процессе общения и компенсировать пробелы в знании кода пользователя;

социальная компетенция, определяемая как способность индивида устанавливать и поддерживать контакты с представителями иной лингвосоциокультурной общности;

самообразовательная компетенция, понимаемая как способность и готовность самостоятельно совершенствовать собственную межкультурную коммуникативную компетенцию.

В рамках данной работы определенный интерес представляет позиция, согласно которой межкультурная иноязычная профессиональная коммуникативная компетенция является сложным образованием, имеющим системную организацию и включающим определенные этапы и уровни формирования, с точки зрения автора, можно говорить о трех этапах формирования межкультурной иноязычной профессиональной коммуникативной компетенции:

1) этап учебной деятельности;

2) этап учебно-профессиональной деятельности;

3) этап профессиональной деятельности.

Каждому этапу соответствуют определенные уровни формирования межкультурной иноязычной профессиональной коммуникативной компетенции.

На этапе учебной деятельности основной целью является формирование билингвосоциокультурной компетенции специалиста.

Сформированность билингвосоциокультурной компетенции специалиста предполагает наличие способности и готовности студента к эффективной профессионально ориентированной межкультурной иноязычной коммуникации с представляющим иную лингвокультуру специалистом в осваиваемой студентом предметной области на основе глубокого осознания общего и различного между картинами мира специалистов данного направления в родной культуре и культуре страны изучаемого языка [8].

Специфика профессиональной деятельности будущих специалистов должна стать ключевым моментом при организации обучения студентов нефилологов иноязычному профессиональному общению.

В связи с этим стратегия преподавания иностранного языка в техническом вузе должна строиться на осознании студентами важности иностранного языка для расширения своих профессиональных возможностей.

Для полноценного развития билингвосоциокультурной компетенции специалиста существенным фактором является формирование уровня лингвистической компетенции.

В профессионально ориентированном обучении профессиональная лингвистическая компетенция понимается исследователями как «рецептивное и продуктивное владение лексическими, грамматическими и речевыми средствами, обеспечивающими иноязычное профессиональное общение» [9]. иными словами, как способность и готовность личности использовать языковые средства для реализации устной и письменной форм межкультурного иноязычного общения в специальной предметной области [10].

На уровне лингвистической компетенции выделяются следующие компоненты:

- лингвопрагматический, связанный с функциональным использованием языковых ресурсов, а именно – формированием готовности использовать языковые средства для решения определенного круга прагматических задач;

- социолингвистический, связанный с формированием готовности строить свое вербальное поведение в некотором ситуативном контексте, исходя из принятых в инокультурном социуме норм вербального общения;

- лингвокультурный, (лингвострановедческий), связанный с формированием готовности усваивать и использовать иностранный язык как феномен, аккумулирующий всю совокупность явлений национальной культуры.

Формирование прагматической компетенции, рассматриваемой как готовность к достижению широкого спектра прагматических целей, получает качественное развитие благодаря дискурсивной и стратегической компонентам, то есть умением «понимать и строить определенные типы профессионального иноязычного устного и письменного

дискурса и управлять ходом общения» [11] с учетом выбора вербального поведения и в соответствии с принятой ролью и ситуацией общения.

На этапе учебно-профессиональной деятельности приоритетной целью является формирование лингвосоциокультурной компетенции в профессиональной сфере, то есть способности студента к эффективной межкультурной иноязычной профессиональной коммуникации и конструктивному взаимодействию в мультикультурном профессиональном сообществе.

В результате проведенного исследования автор пришел к выводу о том, что на этапе профессиональной деятельности межкультурная иноязычная профессиональная коммуникативная компетенция является высшим уровнем владения способами осуществления межкультурного профессионального общения между партнерами по взаимодействию, представителями различных культур и лингвосоциумов.

Эффективная реализация образовательных программ, системный сдвиг лингводидактической науки в направлении межкультурной парадигмы, признание личностно-ориентированного подхода в качестве новой стратегии образования требуют пересмотра содержания обучения, применения инновационных педагогических технологий, а также современной организации учебного процесса.

Анализ научно-педагогической литературы показывает, что в настоящее время идут активные поиски новых методов обучения иностранным языкам, способных стимулировать познавательный интерес студентов и активизирующих полноценное взаимодействие участников учебного процесса.

Личностно-ориентированный подход и коммуникативная направленность образовательного процесса наиболее продуктивно реализуются с использованием активных методов обучения, способствующих развитию мышления, творческих способностей студентов, а также формированию у них познавательной мотивации.

В рамках данной проблемы важным аспектом является использование языка, как рецептивно, так и продуктивно в неотретированных контекстах; при этом передача или восприятие нужного сообщения считается главным критерием успешности, а организация речевого материала ориентирована не на форму, а на его функцию, через которую учат и форме.

В зависимости от направленности активные методы делятся на: а) неимитационные; б) имитационные, понимаемые как обучение профессиональным навыкам и умениям и связанные с моделированием профессиональной деятельности; в) неигровые, связанные с анализом конкретных ситуаций и решением ситуационных задач; г) игровые, предполагающие разыгрывание ролей.

Выбор метода зависит от специфики содержания изучаемого материала, учебного времени, общих задач подготовки специалистов, а также от наличия средств обучения.

В качестве наиболее адекватных технологий, применяющихся в педагогической практике, выступают - метод дискуссии, дебаты, конференции, ролевые игры, метод проектов, профессионально коммуникативные задачи и некоторые другие.

Специфика использования дискуссий, конференций, дебатов, ролевых игр и др. в процессе обучения иностранному языку предполагает развитие субъект-субъектных

отношений, эмпатийно-рефлексивных процессов, а также мотивов к иноязычному диалогическому общению, как основы взаимодействия индивидов, что способствует эффективному развитию коммуникативного потенциала в рамках профессионального обучения.

При этом следует особо отметить, что важным условием развития коммуникативных навыков и умений студентов является моделирование (контекстов профессиональной деятельности) конкретных ситуаций условий и реальных ситуаций общения на занятиях по иностранному языку. Это подтверждается принципом, обоснованным в методике преподавания иностранных языков, в соответствии с которым усвоение учащимися изучаемого языка как средства межкультурного общения, приближающегося по своим основным характеристикам к реальному общению [12].

Метод дискуссии может быть использован в качестве образовательной технологии, которая даёт возможность успешно применять полученные знания на практике, закрепить навыки говорения, чтения, аудирования и письма, он способствует максимальной заинтересованности студентов в учебном материале, побуждает к осознанным действиям в коммуникативных ситуациях, повышает мотивацию студентов к самостоятельному изучению иностранного языка.

Участие в научной дискуссии вызывает у студентов готовность изложить свою позицию в наиболее убедительной форме, найти такие аргументы, которые бы наиболее полно отражали их точку зрения.

Дискуссия предполагает равенство всех участников общения, что позволяет повысить уровень их вовлеченности в процесс, глубоко проработать информацию и сформировать определенное мнение по обсуждаемой проблеме.

Дискуссия может рассматриваться как одна из форм проверки продуктивных речевых навыков на иностранном языке, так и профессиональных знаний, при её оценивании представляется необходимым учитывать такие критерии, как чёткость изложения мыслей, аргументированность речи, оригинальность и независимость суждений, активность, информированность и др.

Дебаты, понимаемые как формализованная дискуссия, являются одним из её видов. Данный дидактический подход помогает сформировать и развить такие навыки как - диалогическая речь; способность работать в команде; аудирование; умение выразить на иностранном языке свое отношение к обсуждаемому вопросу; выяснить и обсудить мнение и отношение собеседника к обсуждаемому вопросу; использование профессиональной лексики в заданной ситуации; критическое мышление; быстрое реагирование на высказывание оппонента; ораторское мастерство и умение вести диалог на иностранном языке; толерантность; способность формировать и отстаивать свою точку зрения на иностранном языке и др.

Кроме того, метод дебатов предполагает - активное включение учащегося в поисковую учебно-познавательную деятельность, организованную на основе внутренней мотивации;

- организацию совместной деятельности, партнерских отношений обучающихся и обучаемых, включение в педагогически целесообразные воспитательные отношения в учебной деятельности;

- обеспечение диалогического общения между преподавателем и учащимися в процессе добывания новых знаний.

Одним из современных и действенных приемов в работе по организации обучения иностранному языку является кейс - стади – метод ситуационного анализа.

Применение рассматриваемой технологии преследует такие цели, как обучение учащихся умению проводить самостоятельный анализ реальной коммуникативной ситуации по проблеме изучения, развитие навыков критического осмысления информации, формирование навыков письменной и устной коммуникации и аргументирования своей позиции, а также способствует развитию творческой активности и умений, необходимых для эффективного общения в любой сфере.

Реализация данного метода предусматривает следующие этапы: составление кейса преподавателя; индивидуальное изучение кейса студентом; поиск проблемы и вариантов её решения; создание малых групп; распределение ролей; работа в группе (обмен мнениями, обобщение); подготовка к презентации информации; презентация решения группы; анализ и оценивание презентации; обобщение результатов работы преподавателем.

Применение игровых технологий, использующих дидактические принципы активности обучающихся, динамичности и проблемности обучения, моделирования ситуаций профессионального общения, результативности процесса, системности приобретения знаний, самостоятельности при принятии решений и выборе средств и др., способствует оптимизации процесса обучения профессионально-ориентируемой компетенции.

При подготовке ролевых и деловых игр необходимо учитывать их учебную и профессиональную значимость, предварительно отрабатывать языковой материал, а также принимать во внимание личностные характеристики студентов при распределении ролей. При помощи игровой деятельности реализуется деятельностно - практический принцип проведения занятий вследствие непосредственного включения каждого студента в игровое действие. Игровая деятельность является формой воссоздания предметно-социального содержания будущей профессиональной деятельности специалистов.

В ролевой игре формируется сознание принадлежности её участников к коллективу, выстраивается взаимосвязь субъектов при решении общих задач, а также развивается умение общаться друг с другом, находить наиболее эффективные стратегии общения.

Одним из успешных методов обучения иноязычному профессионально ориентированному общению является подготовка презентаций по различным темам. Поскольку большая часть общения в настоящее время проходит в виде различных презентаций, наша цель – научить студентов правильно и грамотно использовать этот вид работы. Любое публичное выступление (ответ на занятии с места или у доски, тост

за столом) – это презентация, то есть небольшое театрализованное представление, для которого существуют свои правила. Они могут быть общими для всех, но иметь некоторые особенности в различных странах и культурах. Темп речи, способы привлечения и удержания внимания аудитории несколько отличаются в разных странах. Владеть своим голосом, интонацией, уметь интересно и правильно подбирать и преподнести информацию для различных слушателей, правильно пользоваться наглядными средствами разных видов в процессе проведения презентации – этими навыками должны обладать будущие специалисты [13].

В современном университетском образовании использование информационно-коммуникационных технологий, методов компьютерной лингводидактики, мультимедийных программ открывает много новых перспективных возможностей перед иноязычным обучением.

Использование информационно - коммуникационных технологий на этапах предъявления учебной информации, усвоения учебного материала, закрепления и повторения усвоенных умений, навыков и знаний, промежуточного и итогового контроля, коррекции процесса обучения становится все более важным инструментом образовательного процесса. Применение учебных интернет материалов направлено на развитие когнитивных умений студентов осуществлять поиск и отбор, а также производить классификацию, обобщение, анализ и синтез полученной информации.

К тому же информационно - коммуникационные технологии «представляют возможность свободного обмена мнениями, информацией, интенсивного распространения культуры, интеграции различных аудиторий и таким образом помогают овладеть иностранным языком». «Онлайн общение стимулирует потребность в постоянном совершенствовании языковых умений, так как именно в условиях реальной коммуникации с носителем языка в подлинной языковой среде возникает потребность в общении на иностранном языке» [14].

Таким образом, можно сделать вывод о том, что вышеуказанные образовательные подходы и технологии позволяют «вовлечь большинство студентов в совместную деятельность по достижению поставленных целей, эмоциональное состояние от познавательного общения, осознать (понижить уровень тревожности) и снять психологические барьеры при порождении иноязычной речи» [15].

Обобщая вышеизложенное, можно сделать заключение о том, что в условиях усиления всесторонних взаимозависимостей в мире, в период фундаментальной перестройки высшего образования в соответствии с новыми реалиями эпохи информатизации и глобализации, процесс подготовки студентов к международному сотрудничеству и конкуренции требует достижения высокого уровня межкультурной компетентности, необходимого для эффективного и конструктивного межкультурного диалога.

При этом значительно возрастает роль иностранного языка как учебного предмета, который превращается в важный инструмент профессиональной подготовки студентов в любой предметной области.

Иными словами, можно говорить о том, что в настоящее время мировые процессы интеграции и интернационализации приводят к необходимости принятия межкультурного подхода в обучении иноязычной профессиональной коммуникации.

Литература:

1. Samovar L., Porter R. Intercultural Communication : a Reader. 7, hed. Belmont :Wadsworth, 1994.
2. Халеева И.И. Основы теории обучения пониманию иноязычной речи. М.В.школа, 1989, 328 с.
3. Садохин А.П. Теория и практика межкультурной коммуникации: учебное пособие для вузов. М:ЮНИТИ-ДАНА, 2004, 271 с.
4. Общеввропейские компетенции владения иностранным языком: Изучение, обучение, оценка. – М.,МГЛУ, 2003, 256 с.
5. Верещагин Е.М., Костомаров В.Г. Язык и культура: Лингвострановедение в преподавании русского языка как иностранного. М.:Русский язык, 1983, 269 с.
6. Зимняя И.А. Ключевые компетенции – новая парадигма результата образования. Высшее образование сегодня, 2003, №3, с.34-42
7. Малькова Е.В. Формирование межкультурной компетенции в процессе работы над текстами для чтения. – автореферат диссертации, М., 2000, 25 с.
8. Яроцкая Л.в.Лингводидактические основы интернационализации профессиональной подготовки специалиста. Дис. М., 2013, 454 с.
9. Евдокимова М.Г. Система обучения иностранным языкам на основе информационно - коммуникационной технологии. Автореф. Дис., М.,2007, 50 с.
10. Яроцкая Л.В. (см.выше)
11. Евдокимова М.Г. (см.выше)
12. Гальскова Н.Д., Гез Н.И. Теория и методика обучения иностранным языкам. Лингводидактика и методика. М.,2013, 336 с.
13. Иванова Л.А., Лукомская Е.Л. К вопросу о роли межкультурной коммуникации в иноязычном образовании. Современные направления в лингвистике и преподавании языков: сборник статей. Пенза, 2019. С.22-25
14. Яроцкая Л.В. см. выше
15. Языкова Н.в. Вопросы подготовки учителя. Цели и содержание методической подготовки студентов пед. факультетов ин. языков. Иностранные языки в школе., 1995, №3,с.38

УДК 1:316, ББК 60.03

Т.Б. Карулина
Tatiana Karulina, tkarylina@mail.ru

«Risordjimento» национализма в германской философии 1914-1933 гг. «Risorgimento» of nationalism in german philosophy 1914-1933

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

Национализм в Германии после первой мировой войны трансформировался из либеральной конструктивной идеи, объединившей в девятнадцатом веке различные политические и экономические режимы, населенные говорящими на одном языке пруссаками, баварцами, саксонцами, голштинцами и т.д. в одну немецкую империю, потерпел серьезные изменения после Веймара-Версаля и оформился в националистическую идеологию, основанную на шовинизме и ксенофобии. Причины таких изменений лежали как в экономических и политических процессах в мире и самой Германии, так и были заложены в философских построениях «прусской консервативной революции».

Ключевые слова: национализм, националистическая идеология, нация, политический миф, прусская консервативная революция, империя, третья империя, право молодых народов.

Nationalism in Germany after the First World War was transformed from a liberal constructive idea, uniting in the nineteenth century various political and economic regimes populated by the Prussians, Bavarians, Saxons, Holstein, etc. into one German empire, suffered major changes after Weimar-Versailles and took shape in a nationalist ideology based on chauvinism and xenophobia. The reasons for such changes lay both in the

economic and political processes in the world and in Germany itself, and were laid down in the philosophical constructions of the «Prussian conservative revolution»

Keywords: nationalism, nationalist ideology, nation, political myth, Prussian conservative revolution, empire, third empire, right of young peoples.

«Национализм очень глубоко уходит корнями в своеобразные структурные требования индустриального общества... это движение является внешним проявлением глубинного процесса урегулирования отношений между государством и культурой, которое совершенно неизбежно» [1, с.88]. Как стало возможным, что национализм, зародившийся в Германии в девятнадцатом веке как либеральное течение, как благо, как основа для создания национального государства, трансформировался в двадцатом веке в разрушительную ксенофобскую идеологию. Если посмотреть на идеологические конструкции идеологов прусской консервативной революции, наверное, одного из самых влиятельных философских течений в Германии после 1918 года, то обращают на себя внимание две проблемы, присутствующие в этой идеологии, связанные между собой: **первая** – проблема национализма, и **вторая** – проблема политического мифа о нации и национализме.

Проблема национализма может быть рассмотрена через национализм как принцип и национализм как идеология. Национализм как принцип – это единое смысловое и территориальное пространство культуры и политики, поэтому для политика и политики «политическая и национальная границы должны совпадать» [1.с.23]. **Молодость национализма (национализм как принцип)**: Германия, как и Италия, - территории, объединившиеся в национальное государство довольно поздно, во второй половине девятнадцатого века, уже обладающие к тому времени общим языком и общей культурой. Административный родной язык помог и Германии, и Италии выстроить образ древности, занимающий столь важное место в субъективном представлении о нации, и поэтому «новые воображаемые общества, ...рождаемые в воображении лексикографией и печатным капитализмом, всегда так или иначе считали себя древними». Становление того феномена, который принято называть «официальным национализмом» началось с середины девятнадцатого века.

1914 год стал для Германии (и не только для нее) началом нового, сначала оптимистического века, но ноябрь 1918 это настроение полностью изменил. Германия должна была начать жить заново, особенно после Версаля. Для Германии после трагедии Веймара и Версаля, вновь, как и в девятнадцатом веке, стало важно выживание, стал важен национализм как необходимость для государства сохранить немецкую культуру и немецкую экономику в рамках национальной и политической единицы. Обращения к национализму после Версаля породилось огромным количеством негативных факторов, «открывшихся» в 1918-1920 гг.: разгром Германии в войне, Версальский договор о мире, тяжелейшие условия которого для Германии почти объединили немцев; нужно было совсем небольшое усилие, и свою помощь в создании новой национальной (националистической) идеологии предложили многие: представители доктрины прусской консервативной революции (Освальд Шпенглер,

Артур Мёллер ван ден Брук, Эрнст Юнгер), такие германские союзы, как Stahlhelm, Ring, Freikorps, генерал Людендорф и маргинальный тогда ДАР.

Национализм как идеология для Германии после ноября 1918 года – это процесс образования «нации», «возрождение» ее после предательства Версаля, выглядел для немцев, в том числе, как необходимость возвращения территорий (имеющиеся у страны еще до первой войны и потерянные после войны), и обосновывался как «право молодых народов» на территории, заселенные немцами и не входящие в империю. Если посмотреть на жизнь послереволюционной и послеверсальской Германии, то картина, открывающаяся зрителю за пестрым хаосом политических партий и объединений, военизированных и/или певческих фереинов, показывает, что самым стабильным и «однозначным» (явным) принципом, вокруг которого жителям Германии можно будет объединиться, будет именно принцип нации. И та весьма эклектичная и неоднородная доктрина «прусской консервативной революции» (от левого до правого своих «крыльев») эту возможность объединения разделенных жителей империи (Reich) заметила, пожалуй, первая и продемонстрировала все то искусственное конструирование, целенаправленное изобретение и социальная инженерия создания нации и истории этой нации, о чем писал Хобсбаум, в публикациях Шпенглера, Брука и Юнгера. В том большом философском наследии, которое оставил Шпенглер, можно различить «первичное» космическое понимание «крови» и «расы» (нет еще «нации»), как элементов разворачивающейся космической силы, после ноября 1918 года философ «забыл», на место космической силы встанет нация как духовное, культурное, нравственное и историческое родство немцев, называемое Шпенглером пруссачеством (preußentum). Именно Шпенглеру, ван ден Бруку и Юнгеру принадлежит попытка объяснить убеждения, предрассудки, потребности и надежды немцев особенностями нации, прежде всего через «пруссачество»: служение, долг, простота и бескорыстие. И хотя империя (Reich - второй) уже существовала как единое государство всех немцев, но война и революция лишила немцев самого важного для чувства «нации» - немцам стало не хватать государства [1]. Именно это государство, эту нацию стали отстраивать вновь представители прусского консерватизма. Государство, империя (Reich), имперскость объединяет людей, делает понятие нации менее призрачным, конкретизируя его в национальных героях и национальных завоеваниях, и эти идеи прусские консерваторы получили от либерального национализма девятнадцатого века. И Шпенглер, и Брук, и Юнгер видели конструктивные возможности национализма в период полной деконструкции Германии. Германские философы предложили разные типы реализации национализма, не различая его как принцип и как идеологию, более того, редуцируя принцип к идеологии: «консервативная революция» и «пруссачество» как форма национализма молодой (второй, закончившейся в ноябре 1918 г.) империи (Reich) Германской нации, на которых она покоилась – миф ad hoc, национализм как способ возродить Германскую империю (без императора, он не справился) должен вырасти на почве двух мифов: «о прусском/германском» прошлом как едином и «исходной особенности немцев». Обе эти реализации требовали целенаправленного воспитания молодежи. Национализм как идеология заметнее всего проступает в

идеологической конструкции третьей империи (рейха) Мёллера ван ден Брука, когда единая «воображаемая история» и немецкая нация «погружается» (первая империя) в глубокую древность, и противопоставляется второй империи кайзера Вильгельма – слабого императора, не сохранившего Германию-победителя, поэтому возвращение к проблеме нации и национализма в двадцатом веке и строительство третьей империи (после ноября и Версаля) - важнейшее в условиях всеобщего предательства интересов Германии. Ван ден Брук полагал, что необходимо говорить не просто о молодых нациях, но о преданных нациях, потому что сложившаяся усилиями Бисмарка национальная империя была разрушена внешними, как главными, и внутренними врагами. И как в очередной раз оказалось, «нацию» используют в пропагандистских лозунгах и политических программах, но не в строгом описании человеческих сообществ [3].

Несмотря на то, что идеологов послевоенного (1918-1928 гг.) периода объединяло понимание необходимости возрождения государства и единства нации на основе национализма: фронтовое братство (фронтвики – Юнгер, Брук), переживание войны (дети, не смогшие попасть на фронт, женщины, терпевшие тяготы), оскорбление, нанесенное всей нации условиями предательского Версальского мира, когда великую немецкую нацию, побеждавшую на полях сражений, ударили предательски в спину, неясным оставался проект «строительства здания» Германии и «вид построенного здания». Хотя первоначально национализм (представленный идеологами прусской консервативной революции), до ноябрьской революции и отречения кайзера, рассматривал нацию (расу), как результат разворачивания космической силы до тех пор, пока в 1918 г. не заговорил о евреях, как предателях Германии. Надо сказать, что антисемитизм в Германии определенно и заметно возник после ноября 1918 г. по многим причинам. Шпенглер говорил о евреях Германии, Брук рассматривал их как международное сообщество, не связанное с государством и не понимающим национальную культуру и все, что немцы создали. Юнгер не очень обращал внимание на расовые вопросы, единство немцев и национализм выростали у него «из окопов» и понимания общего врага: все лучшее у немцев шло с войны и из воюющей армии. И здесь он перекликается со Шпенглером: долг, дисциплина, мужество, служение, господство. Война дала молодежи на фронте все: лучшие отношения, лучший долг, лучшую дисциплину, и что важно, война прошла, а лучшее у немцев осталось. И объединить распадающуюся Германию должно служение и господство. Крайние и неоднозначные формы, которые принимает национализм у представителей «прусской консервативной революции», по мере разворачивания веймарских бед, выделение евреев как предателей Германии, отношение к славянам и населенной ими территории (как свободной), дали возможность появления и распространения более страшной и агрессивной идеологии создать расовую теорию. Космический характер нации у Шпенглера (и Брука) делает нацию вечной, и вечным делает государство, которое тоже легко «находится» в этом прошлом. Огосударствление нации облегчало проникновение идеологии, политического сознания в массы, делая их политизированными. Результаты такой политизации уже не однажды использовались

– массовое, экстатически выраженное и романтизированное стремление на полях сражений первой мировой борьбы, единодушное для граждан стран, участвующих в войне с обеих сторон, *все* эти страны называли первую мировую оборонительной войной: государственный патриотизм как любовь к родине, монополизировался государством. Национальный миф оказался сильнее мифа о мировом интернационализме пролетариата. Ксенофобия и «народный» шовинизм стали перед войной и во время войны самыми яркими и массовыми чувствами в Европе почти повсеместно. Двадцатый век продемонстрировал резкое поправление прежде либерального национализма и изменение места «распространения и пребывания» этого национализма: ксенофобский, имперский национализм распространился в среде мелкой буржуазии, полуобразованных представителей рабочих и мелких чиновников.

Вторая проблема – проблема политического мифа о нации и национализме. Политическая мифология в Германии после ноябрьской революции не начинала выстраивать «мифы германцев» с самого начала, она отталкивалась от ряда идей начала двадцатого века, времени подготовки к войне: право молодых народов» на территории - голод, невозможность развиваться, возвращение великой Германии (Фридрих Великий должен вернуться, а Барбаросса – проснуться в своей пещере). Но можно ли утверждать, что представители прусской консервативной революции, прежде всего Шпенглер и Мёллер ван ден Брук участвовали в создании и оформлении политической мифологии NSDAP, или это «объективный» процесс. Скорее, можно говорить, что не их идеями, а их образами, внешней оболочкой идей, расплывчатыми конструктами воспользовались непосредственные творцы идеологии NSDAP; доктрина Шпенглера (Volk, Gesellschaft, Rasse, Blut, Boden, Lebensimpuls) и идеи ван ден Брука (deutsche Dasein, Deutschtum, Volk, Lebensgesetz) были сложны, противоречивы и требовали не «внедрения», но последовательного и сознательного усвоения, о чем свидетельствует как активная публицистическая деятельность обоих авторов, так и многочисленные выступления перед разными аудиториями. И на примере колоссальной деформации, скорее полной переработки идей о прусском национализме и немецкой нации, которая произошла в исключительно пропагандистской «концепции» NSDAP, реально ничего не оставившей от того идейного содержания, на которое она ссылается, можно видеть, насколько прав Хобсбаум, что национальные феномены конституируются сверху. история, выстраиваемая политическим мифом, имеет предысторию, прошлое, которое всегда лучше и ярче. И задача – восстановить яркость прошлого и создать улучшенное настоящее, так как индивид знает, что что делать с настоящим.

Мифы в политической сфере возникают в период кризисов общества, как отдельных национальных/ культурных образований, так в переломные периоды для более крупных социальных общностей, когда старые идейные конструкции сломаны или полностью разрушены, например, как господство религии и церкви до эпохи Просвещения (К. Мангейм) или когда перестают работать старые научные схемы исторического процесса (Э.Кассирер), или когда на политическую арену выходят большие массы активных участников, не понимающих, что происходит в социуме, а

старая модель объяснения уже не действует или противоречит происходящему, при малом количестве вовлеченных в политические процессы, способных рационально объяснить, что «мы видим» (Ж. Сорель, С. Московичи). Объединение Германии в семидесятых годах девятнадцатого века дало немцам то, что им не хватало – политическую крышу их культуре, так как к тому времени экономика, культура и язык у них уже были общими, и поэтому и у Шпенглера, и у Брука нет в германской истории проблемы полной разобщенности немцев, а наоборот, присутствует «светлый образ» общей (единой) истории в прошлом, или по крайней мере ощущение национального единства. И это ощущение необходимости восстановления политической, государственной крыши и было главной проблемой в восстановлении Германии: поиск «космических» корней и формирование национальной политической идеологии, и необходимых сильных политических институтов (О. Шпенглер, А. Мёллер ван ден Брук, Э. Юнгер).

Литература:

1. Геллнер Э. Нации и национализм. М.: Прогресс, 1991
2. Андерсон Б. Воображаемые сообщества. М.: ООО «Кучково поле», 2001
3. Хобсбаум Э. Нации и национализм после 1780 года. Спб., Изд-во «Алтейя», 1998

УДК 316.77, ББК 60.0

Е.К. Сельченко
Elena Selchenok, elena.selchenok@gmail.com

Значение топосов культуры для межкультурной коммуникации (на примере гностических топосов как константы германской культуры)
The importance of cultural topos for intercultural communication (on the example of Gnostic topos as a constant of German culture)

*Белорусский государственный университет
Belarusian State University*

В статье рассматриваются гностические топосы германской культуры, обусловившие ее специфические особенности на всем протяжении ее развития. Автор определяет трансформацию представления о гносисе в немецкой культуре от священного копья и чаши Грааля до социального творчества (политическая теология), а также предполагает, что знание топосов культуры позволяет выстраивать правильную коммуникацию и способствует более глубокому пониманию ее особенностей.

Ключевые слова: межкультурная коммуникация, топос, гнозис, гностицизм, германская культура, немецкая культура

The article discusses the Gnostic topos of German culture, which determined its specific features throughout its development. The author defines the transformation of the idea of gnosis in German culture from the sacred spear and the Holy Grail to social creativity (political theology), and also assumes that knowledge of the culture topos allows building the right communication and contributes to a deeper understanding of its features.

Keywords: intercultural communication, topos, gnosis, Gnosticism, German culture

В современной межкультурной коммуникации знание и понимание другой культуры играет ключевую роль. Знание определенных топосов культуры (культурных

констант, которые определяют облик культуры на протяжении ее развития) позволяет выстроить правильную коммуникацию. На примере германской культуры можно видеть, как гностические топосы определили ее специфический облик и проявляли себя на протяжении всего ее развития.

Комплекс идей гностицизма можно выразить в ряде топосов, культурных универсалий, которые продолжили свое существование в культурном пространстве за рамками существования исторического гностицизма (подробнее о топосах см. [1]). Проникновение гностических идей в древнегерманскую культуру непосредственно связано с процессом христианизации германских племен (подробнее см. [2]). Очевидными носителями гностических идей в раннесредневековой Европе были еретические движения (павликиане, богомилы, катары, альбигойцы, вальденсы, «братья свободного духа», табориты и др.). Ярче всего в средневековой германской культуре рецепция гностических топосов видна в сюжете о Граале, а также в «рейнской мистике» (Майстер Экхарт, Г.Сузо, И. Таулер), позднее – в период Реформации, в образе Фауста (подробнее см. [3]), в работах Я.Бёме. Особое преломление гностические топосы обретают в культуре романтизма (подробнее см. [4]), творчестве Р.Вагнера и философии Г.Гегеля. На рубеже XIX-XXвв. трансформируется понимание гнозиса (в философии Ф.Ницше, политической теологии «круга Георге»), что оказало непосредственное влияние на трагедию немецкой идейно-общественной жизни 1918-1945 гг. Уже в 1903 г. Э. Шмитт интуитивно определил гнозис как основание немецкой культуры, как нечто, имплицитно присутствующее в ней на протяжении всей истории ее развития [5].

Политизация гнозиса оформлялась постепенно. Хотя изначально гнозис и был знанием благой вести, но очень скоро приобрел эзотерические черты, значение тайного знания, доступного лишь для достойных, основу которого составляло знание метафизических истоков сотворения космоса и управления им. В германской культуре гнозис постепенно менял свое наполнение. В разные эпохи тайным знанием, дарующим спасение, было священное копье с начертанными рунами, Грааль (чаша с письменами или камень с исчезающей надписью), мистическое (религиозное) откровение, «философский камень» (алхимическое знание), научное познание, поэзия (музыка, творчество), социальное творчество (политическая теология). На наш взгляд, именно гнозис объясняет внутреннюю преемственность образов Одина, Зигфрида, Парсифаля, Фауста и Заратустры. В результате авторских обработок гностические топосы стали основанием культурного кода эпохи рубежа XIX – XX вв., в которой под влиянием конкретных политических и социальных обстоятельств была сформирована политическая программа, принявшая вид распространенного учения для легализации своих устремлений в сознании современников. Режим Гитлера стал по сути карикатурой на тот идеал, который вынашивала германская культура почти два тысячелетия. Гностическая константа германской культуры, трансформировавшаяся в процессе исторического развития в политическую утопию, не стала основой нацистской Германии. Германский гнозис не получил своего завершения. Учитывая сложную социокультурную ситуацию, которая складывается в Европе (в частности, в

Германии) в течение последних лет, очень важно, чтобы эти механизмы целеполагания не оказались присвоены и скомпрометированы одиозными политическими силами, что уже не раз случалось в истории.

Поскольку образ «идеального царства» сохраняется в основе германской культуры на всем протяжении ее развития вплоть до наших дней, усиление или ослабление стремления к воплощению его в жизнь оказывает непосредственное влияние на социальную и политическую ситуацию в Германии (что необходимо учитывать при взаимодействии с этой культурой), а также на культуру нашего региона (Россия, Украина, Беларусь), в которой и на протяжении истории развития, и в настоящее время гностические идеи сохраняют свой социокультурный потенциал и воздействуют на мировоззрение молодого поколения.

Литература:

1. Сельченко, Е.К. Трансформация идей гностицизма в европейской культуре / Е. К. Сельченко // Актуальные проблемы гуманитарного образования: материалы V Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 18–19 окт. 2018 г. / редкол.: О.А. Воробьева (отв. ред.) [и др.]. – Минск : БГУ, 2018. – С. 474–484.
2. Сельченко, Е.К. Влияние эллинистического гнозиса на древнегерманскую мифологию (пути рецепции) / Е.К. Сельченко // Вестник Полоцкого государственного университета. Серия Е. Педагогические науки. – 2017. – №15. – С. 150–155.
3. Сельченко, Е.К. Актуализация гностических топосов в культуре немецкой Реформации / Е.К. Сельченко / Национальные культуры в межкультурной коммуникации : сб. науч. ст. по материалам III Междунар. науч.-практ. конф. (Минск, 12-13 апреля 2018 г.) / редкол.: С. Ю. Лебедев (отв. ред.) [и др.]. — Минск : Колорград, 2018. — С. 41-49.
4. Сельченко, Е.К. Гностические топосы в литературе немецкого романтизма / Е. К. Сельченко // Вестник Академии Русского балета им. А.Я. Вагановой. 2019(2) – 165-179.
5. Schmitt, E. H. Die Gnosis: Grundlagen der Weltanschauung einer edleren Kultur. In 2 Bänden. Die Gnosis des Mittelalters und der Neuzeit / E. H. Schmitt. Aalen, 1968

УДК 316.77 (045), ББК 71.0

С32

Т.Н. Серегина

Tatiana Seregina, seregina.tatiana@gmail.com

Факторы формирования современных моделей межкультурной коммуникации Factors in the Formation of Modern Models of Intercultural Communication

*Финансовый университет при Правительстве РФ
Financial University under the Government of the Russian Federation*

Выявлены основные модели современной коммуникации, их положительные свойства и недостатки в коммуникативном процессе проанализированы основные факторы современного социума, влияющие на формирование моделей межкультурной коммуникации.

Ключевые слова: культура, коммуникация, межкультурная коммуникация, идентичность, ценности, урбанизация, глобализация.

The main models of modern communication, their positive properties and shortcomings in the communication process are identified the main factors of modern society that influence the formation of models of intercultural communication are analyzed.

Keywords: culture, communication, intercultural communication, identity, values, urbanization, globalization.

Проблема межкультурной коммуникации стала актуальной в начале XX века, когда произошло понимание несостоятельности европоцентристской модели культуры, мир стал индустриальным, урбанизированным, массовым и усредненным. Очевидным стал вопрос о возможности понимания не только между представителями разных языковых групп, но и в рамках одной культуры.

Межкультурная коммуникация - это одна из проблем глобального мира, она описывает возможности общения и понимания между различными культурами, группами. Главная цель установления эффективной межкультурной коммуникации - это процесс идентификации и самоидентификации, выстраивания соответствующих систем ценностей, которые должны выражаться в структурированном виде, а коммуникация - в виде модели. В условиях урбанистического, индустриального мира менялись модели коммуникации от традиционных, аграрных ценностей и перешли к ценностям информационным, модернистским, коммуникация стала массовой. Факторы, повлиявшие на становление современного типа межкультурной коммуникации: урбанизация, глобализация и продолжение этого процесса глокализация, трансформация средств массовой коммуникации и Интернет, множественность и вариативность процессов идентичности, появление новых форм идентичности, возможность выбора самоидентичности; миграции, как массовое явление; изменение роли, функций национального государства; трансформация производства и труда: появление фриланса, прекариата; появление больших данных, искусственного интеллекта, «умных» городов, машин и технологий в целом.

На основе компаративистского анализа выявлены модели межкультурной коммуникации: линейные модели межкультурной коммуникации применимы в общении посредством компьютера, ценностно-смысловые позволяют постигнуть трансформирующуюся действительность и осуществить адекватную инкультурацию в каждый отдельный этап эволюции общества. Сделан вывод о необходимости в современной ситуации создать эффективную модель межкультурной коммуникации, которая бы соединяла преимущества линейных и ценностно-смысловых моделей межкультурной коммуникации. Актуальным следует считать применение концептуальной модели коммуникации и ее разновидности метафизической модели, которая представляет реальность на философском уровне обобщения и отвечает на фундаментальные вопросы бытия.

Установлено, что положительным моментом всех сформулированных моделей межкультурной коммуникации является возможность и ориентированность их на применение на практике. Недостатком создаваемых моделей межкультурной коммуникации является ориентированность на эффективную коммуникацию, в которой не учитывают момента для инкультурации, социализации и обретения идентичности – историчность, осознание себя принадлежащим к прошлому. Понимание себя в рамках длительного процесса, принадлежащего к истории в глобальном смысле этого слова, делает человека ответственным за свои поступки и является важным компонентом мировоззрения.

Адекватной моделью, которая бы отражала современное состояние постглобальной цивилизации можно назвать концепцию построения коммуникации в рамках городского пространства, а основным противоречием и главной проблемой современного общества следовало бы назвать потерю исторической, цивилизационной идентичности. Новые модели коммуникации должны будут преодолеть этот недостаток, при этом передать информацию достоверную, проверяемую. Проблема ложной информации, информационной «гигиены» в условиях массовых медиа и при массовом производстве информации станет важнейшей в условиях общества, в котором не только государство или официальные источники информации, но и группы людей и личности производят, потребляют и интерпретируют информацию.

Литература:

1. Бурдые П. Различение: социальная критика суждения / Пер. с фр. О.И. Кирчик // Западная экономическая социология: Хрестоматия современной классики / Сост. и науч. ред. В.В. Радаев; Пер. М.С. Добряковой и др. - М.: Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 2004. - 680 с.
2. Деррида Ж. Конец книги и начало письма / Итенциональность и текстуальность. - Томск: Издательство «Водолей», 1998. 320 с.
3. Замираева Е.И. Образование как инструмент формирования межкультурной коммуникации/ Форсайт образования: академические свободы VS аккредитационные ограничения. Казань. Отечество. 2019. 460 с.
4. Маккуайр С. Медийный город. Медиа, архитектура и городское пространство. М., 2014, Strelka- Press. 2014. 392 с.
5. Ореховская Н.А.К вопросу определения понятия «социальная коммуникация// Социально-гуманитарные знания 2016 № 2. С. 104 – 109.
6. Тойнби А. Дж. Постыжение истории. - М.: Айрис-пресс. 2010. - 640 с.
7. Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие / Пер. с нем. Под ред. Д. В. Складнева, — СПб.: Наука, 2000. 380 с.

УДК 324:008, ББК 60.181

С.С. Скорнякова
Svetlana Skorniakova, salagot@yandex.ru

Патриархальные предрассудки и стереотипы в межкультурной коммуникации Patriarchal prejudices and stereotypes in intercultural communication

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

Одним из барьеров в развитии межкультурной коммуникации в обществе является наличие устаревших и не соответствующих реалиям 21 века патриархальных предрассудков. Они утверждают в общественном сознании стереотипы предназначения женщины, господствующие в общественном сознании.

Ключевые слова: гендерное равенство, межкультурная коммуникация, патриархальные предрассудки, стереотипы.

One of the barriers to the development of intercultural communication in society is the presence of outdated Patriarchal prejudices that do not correspond to the realities of the 21st century. They assert in the public consciousness stereotypes of the purpose of women, dominating in the public consciousness.

Keywords: gender equality, intercultural communication, Patriarchal prejudices, stereotypes.

Россия стала одной из первых в мире держав, где женщины в 1917 г. получили равные права с мужчинами во всех сферах общественной жизни. На Западе женщинам потребовалось для этого куда больше времени. Но как ни парадоксально, даже через

сто лет патриархальные предрассудки не утратили свою актуальность и не только в России.

В докладе Всемирного экономического форума в Давосе гендерный разрыв, то есть неравенство прав мужчин и женщин в мире, исходя из текущих трендов, может быть преодолен только к 2186, сообщили аналитики Всемирного экономического форума (ВЭФ) в ежегодном докладе Global Gender Gap 2018. Россия по этому показателю на непочетном 75-м месте из 144 стран, между Венесуэлой и Румынией.

По данным российских рекрутинговых агентств, зарплатные притязания женщин в нашей стране в среднем ниже на 20-30% , чем у мужчин при поиске работы одинаковой квалификации. Заниженная самооценка женщин провоцируется наличием патриархальных предрассудков и стереотипов в общественном сознании, которые тиражируются определенными СМИ[1]. Очень оригинальную подборку ответов на вопрос «Какой Вы видите идеальную женщину» опубликовали «Аргументы и факты». Глеб Панфилов, режиссер – «преданная хранительница домашнего очага – это и есть идеальная женщина». Аркадий Инин, писатель «о совершенной женщине идеально сказал Жванецкий: «Раз – лежать. Два – молчать». Я присоединяюсь». Лидер ЛДПР В.Жириновский с трибуны Государственной Думы неоднократно заявлял, что женщины должны не в Думе заседать, а рожать детей.

Не удивительно, что и политической рекламе это явление тоже находит свое отражение. В ходе избирательной кампании по выборам губернатора Санкт-Петербурга в сентябре 2003 года один из кандидатов в губернаторы – С.Беляев - выдвинул лозунг – «Губернатор – мужская работа». Примечательно, что плакаты с этим девизом украсили наш город в тот период, когда в Петербурге на должность губернатора баллотировалась Валентина Матвиенко. Однако В.Матвиенко стала не только губернатором, но и сегодня возглавляет высший законодательный орган страны – Федеральное собрание.

Оставляет желать лучшего и язык, на котором изъясняются журналисты. Вот комментарий ведущего в одном из интервью: «Вы имеете неограниченную власть не только над людьми, но и над женщинами». После избрания на пост губернатора В. Матвиенко, прозвучал такой комментарий: «Впервые в нашей стране избрана женщина-губернаторша». Языковые шаблоны, поданные порой довольно завуалированно, укореняют в психике человека определенные социальные установки. Поэтому устранение подобного сексизма из языка межкультурной коммуникации является одним из важнейших средств борьбы против патриархальных предрассудков в нашем обществе.

Литература:

1. Чеснокова Л. В. Стереотипы в межкультурной коммуникации // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2015. – № 4 (апрель). – С. 91–95. – URL: <http://e-koncept.ru/2015/15107.htm>.

Об отражении транслингвизма в художественном тексте: этнокультурная образность
Reflection of Translingualism in a Literary Text: Ethnocultural Imagery

Волховский филиал РГПУ им.А.И.Герцена
Volkhov Branch of the State Russian Pedagogical University named after Herzen

В статье анализируется феномен транслингвизма и его проявление в системе образов художественного текста на примере творчества американского писателя афганского происхождения Х. Хоссейни в жанре так называемого иммиграционного романа. Под транслингвизмом понимают постепенную замену родного языка вторым вследствие длительного пребывания в неродной культуре. Художественные тексты, созданные транслингвами, характеризуются лингвокультурной неоднородностью (или гетерогенностью), т.е. взаимодействием как минимум двух культур. Художественная образность может включать как уникальные (индивидуальные), так и этнокультурные (коллективные) образы. Представленные в статье примеры ключевых образов двух романов Х. Хоссейни подтверждают тезис о гетерогенном характере художественных образов текстов, созданных писателями-транслингвами.

Ключевые слова: гетерогенный художественный текст, роман иммиграции, транслингвизм, художественная образность, этнокультурный образ

The article touches upon the phenomenon of translingualism and its realization in the imagery of a literary text and illustrates it with the works by the American writer of Afghan origin K. Hosseini. Translingualism is understood as a gradual shift of a native language by the second one due to a long presence in a foreign culture. Literary texts, written by translingual authors, are characterized by linguacultural diversity or heterogeneity. Artistic imagery may include both unique and ethnocultural images. The thesis about heterogenic character of literary images in a text written by translingual authors is proved by various illustrations of key images from two novels by K. Hosseini.

Key words: heterogenic literary text, immigration novel, translingualism, artistic imagery, ethnocultural image

Интенсификация и экстенсификация межкультурных контактов, проявляющаяся, в том числе, и в увеличении миграционных потоков по всему миру, стала причиной массового билингвизма населения земного шара. В настоящее время в работах различных исследователей получает развитие феномен транслингвизма. Под транслингвизмом понимают «плавный синергетический переход от одной лингвокультуры к другой, в результате чего происходит некоторое их слияние, при этом отсутствует их полная ассимиляция и сохраняется лингвокультурная идентичность пользователей языков, а также создается смешанный дискурс» [1, с. 160]. Данное явление нашло свое отражение в современной художественной литературе.

Кроме того, иммиграционные процессы привели к появлению нового жанра, так называемого романа иммиграции, «immigration novel». Этот термин, в основном, охватывает произведения европейских писателей-иммигрантов 19 и начала 20 веков или писателей из последних волн иммиграции. Одним из писателей-транслингвов, представляющих жанр иммиграционного романа в современной литературе, считается Халед Хоссейни – американский писатель афганского происхождения. Основными темами его произведений, написанных на втором для писателя английском языке,

являются жизнь в Афганистане, Афганская община в США и сложности адаптации иммигрантов к новым культурным условиям.

В рамках лингвокультурологического подхода «появилась возможность многоплановости интерпретации понятия «текст» - от человеческой личности и художественного произведения до текста жизни и текста культуры в целом» [2, с. 166]. Лингвокультурологический анализ созданных транслингвами текстов показывает, что они характеризуются лингвокультурной неоднородностью (или гетерогенностью), т.е. взаимодействием как минимум двух культур. С точки зрения лингвокультурной гетерогенности художественный текст представляет особенный интерес, т.к. в нем проявляются «процессы диффузии, интерференции, трансформации, синергии на уровне языка и культуры» [3, с. 10], отражающие особенности творческого сознания транслингвального автора.

Художественная образность как содержательная сторона текста включает в себя элементы лингвокультурной гетерогенности. Известно, что художественный образ отражает действительность и представляет собой картину человеческой жизни или обобщенный портрет, обладающий эстетической ценностью. Образность в художественном тексте представлена многоуровневой системой. На макроуровне весь текст как целое представляет собой образ действительности, содержание которого - есть основная идея или тема текста. В этот образ включаются промежуточные образы персонажей, событийные образы, образы-детали, состоящие в свою очередь из словесных образов - образов микроуровня.

Любой художественный образ субъективен в том смысле, что он является результатом познавательной деятельности языковой личности автора. Однако этнокультурные образы складываются в его сознании под воздействием устойчивых стереотипов и отражают коллективные представления, характерные для той или иной культуры. Следует отметить, что в мировидении любой языковой личности представлены как уникальные (индивидуальные), так и этнокультурные (коллективные) образы, поскольку «не существует языковой личности вообще, она всегда национальна, всегда принадлежит к определенному лингвокультурному сообществу» [4, с.106]. Как пишет Ю.Н. Караулов, в иерархии смыслов и ценностей каждой языковой личности существует «некоторая доминанта, определяемая национально-культурными традициями и господствующей в обществе идеологией» [5, с.37]. Следовательно, можно предположить, что в творческом сознании авторов-транслингвов заложены образные представления, характерные для двух лингвокультур, к которым принадлежит автор – родной (первичной) и приобретенной (вторичной). Так, для Х. Хоссейни первичной лингвокультурой, определившей тематику его романов, является афганская, а вторичной – американская, т.к. писатель большую часть своей жизни прожил в США.

В первом романе Х. Хоссейни «The Kite Runner» заглавие отсылает читателя к бою воздушных змеев – национальному спорту в Афганистане. Протагонист и повествователь романа Амир (Amir) в детстве предал своего друга Хасана (Hassan), отличного ловца воздушных змеев, и последующие 26 лет жизни провел, полностью

осознавая свое моральное падение. Основная идея романа – это сложный путь человека к искуплению своей вины и самопрощению. Ключевой образ (макро-образ) выражен в заглавии. Как элемент заглавия образ воздушного змея в романе перерастает в символ. Более того, заглавие формирует ключевые слова текста – kite и run.

Образ воздушного змея впервые появляется в начале романа, когда на прогулке в парке Сан-Франциско, городе, который Амир давно считает своим домом, он видит два парящих в небе воздушных змеев, словно два неразлучных мальчика из его далекого детства: «The early afternoon sun sparkled on the water where dozens of miniature boats sailed, propelled by a crisp breeze. Then I glanced up and saw a pair of kites, red with long blue tails, soaring in the sky. They danced high above the trees on the west end of the park, over the windmills, floating side by side...» [6].

В реальной жизни в этом парке проводятся фестивали воздушных змеев, где жители города отдыхают семьями, покупают или изготавливают змеев и наблюдают за их полетом. В приведенном фрагменте в образ kite включается атмосфера праздника и развлечения на свежем воздухе как компонент, относящийся к американской (и европейской) этнокультуре. Такая атмосфера выражена глаголами sparkle и dance. Цвет змеев напоминает американский национальный флаг (red with long blue tails). Мирная размеренная жизнь имплицитно выражена в движении змеев - они парят и плывут (soaring, floating).

Как этнокультурный образ, образ воздушного змея, связанный с первичной для автора культурой, - это, прежде всего, оружие, которое используется во время боя воздушных змеев. При переключении на этот образ появляется быстрота движения, выраженная в глаголах fly и run. Напр, «Never mind that we spent entire winters flying kites, running kites» [6].

В этнокультурном образе воздушного змея как оружия присутствуют устойчивые ассоциации с войной. В романе это ключевая характеристика образа, в которой проявляются личные переживания автора за судьбу своей истерзанной войнами страны. В тексте при описании воздушных боев в Кабуле формируется семантическое поле «война», в которое включаются такие лексемы как fight, soldier, trench, battle, war, gun, bullet, defeated. Так, змей сравнивается с огнестрельным оружием: «If the kite was the gun, then the kite string, the glass-coated cutting line, was the bullet in the chamber». Поверженный змей похож на сбитый самолет: «Soon, the cutting started and the first of the defeated kites whirled out of control» [6].

Накануне определившего всю его дальнейшую судьбу турнира Амир чувствует себя солдатом, который проводит ночь в траншеях перед боем и не может заснуть: «I never slept the night before the tournament. I'd roll from side to side, make shadow animals on the wall, even sit on the balcony in the dark, a blanket wrapped around me. I felt like a soldier trying to sleep in the trenches the night before a major battle.....In Kabul, fighting kites was a little like going to war» [6]. Художественные сравнения (like a soldier trying to sleep in the trenches the night before a major battle, fighting kites was a little like going to war) как микро-образы служат ярким средством выражения этнокультурной специфики турнира воздушных змеев.

В структуру указанного выше семантического поля включается и лексика, выражающая травмы и раны (например, *gash, brake, blood*): «It cost me another gash on the index finger and blood trickled down into my palm» [6].

Перечисленные этнокультурные характеристики состязаний воздушных змеев в романе переносятся на национальный характер афганцев: «Afghans are an independent people. Afghans cherish custom but abhor rules. And so it was with kite fighting». Афганец будет драться до победного конца, поскольку победить для него дело чести. В описании мальчика, которой, доставая змея с дерева, упал и сломал спину, ключевой момент состоит в том, что он все-таки крепко держал змея в руках: «A branch snapped under his weight and he fell thirty feet. Broke his back and never walked again. But he fell with the kite still in his hands.....no one could take it from him» [6].

Примечательно, что после прихода «Талибана» к власти состязания воздушных змеев в Афганистане стали запретными. Пойманных с воздушными змеями взрослых и детей избивали. В своем романе Хоссейни связывает запрет талибами воздушных змеев с массовыми убийствами хазарейцев в Афганистане. Такую ассоциацию также следует рассматривать как этнокультурную образную составляющую: «... the Taliban banned kite fighting. And two years later, in 1998, they massacred the Hazaras in Mazar-i-Sharif». В структуре анализируемого этнокультурного образа включен макро-образ сравнения смерти Хассана (хазарейца) с улетевшим воздушным змеем: «I saw something else: a man dressed in a herringbone vest pressing the muzzle of his Kalashnikov to the back of Hassan's head. The blast echoes through the street of my father's house. Hassan slumps to the asphalt, his life of unrequited loyalty drifting from him like the windblown kites he used to chase» [6].

Немаловажным в формировании этнокультурного образа воздушного змея является и использование иноязычной лексики, которую можно считать культурными реалиями. Так, автор неоднократно употребляет ЛЕ *tar* (перс. – *string*) при описании устройства змея, ЛЕ *seh-parcha* (перс. – *fabric*) в наименовании змея, сделанного из полотна.

Свой второй роман «A Thousand Splendid Suns» писатель посвящает женщинам Афганистана, воплощением которых является образ Мариам (Mariam) – одной из главных героинь произведения. Трагическая судьба женщины, рожденной вне брака, ее поиски самой себя и возможности личного счастья, ее героизм и самопожертвование составляют глобальный глубинный смысл текста.

Ключевой этнокультурный компонент образа Мариам, - *harami* (перс - *bastard*). Девочка, сочетающая в себе два качества, которые дискриминируются в Афганистане – незаконнорожденная и женщина. В повествовании о судьбе Мариам ключевая лексема *harami* обрастает эмоционально-оценочными смыслами, в том числе выраженными эпитетами и сравнениями: «...by the way Nana said the word, that it was an ugly, loathsome thing to be a harami, like an insect, like the scurrying cockroaches...» [7]. Ассоциации с позором, а в Афганистане незаконнорожденные считаются позором для семьи, также присутствуют в тексте: «She imagined they all knew that she'd been born a

harami, a source of shame to her father and his family. They all knew that she'd betrayed her mother and disgraced herself» [7].

Еще одна этнокультурная характеристика образа Мариам – терпение и готовность женщины стойко переносить угнетение - выражена двумя эквивалентными лексемами: англ. *endure* и перс. *tahamul*. Такая женская доля внушается Мариам с детства ее матерью: «This is my reward for everything I've endured», "Only one skill. And it's this: *tahamul*» [7].

Важным этнокультурным компонентом образа Мариам является *kolba*, в которой девочка живет с матерью. Колба – вид хижины, которые строят в Афганистане. Считается, что хижина – это один из самых примитивных видов жилища, которые строят из подручных материалов. *Kolba* в романе - символ жизненного пространства женщины, ограниченного домом. Известно, что так трактуют место женщины законы шариата. После замужества Мариам остается «жить в колбе», хотя у нее теперь свой дом, дом ее мужа, она практически никогда не выходит на улицу.

Переломный момент в ее жизни наступает с появлением Азизы, дочери Лейлы, ставшей второй женой в семье. Мариам осознает, что маленькая Азиза такая же незаконнорожденная, как и она сама, вместе с Лейлой становятся самыми дорогими людьми в ее жизни, готовыми любить ее и заботиться о ней: «But somehow, over these last months, Laila and Aziza - a harami like herself, as it turned out - had become extensions of her, and now, without them, the life Mariam had tolerated for so long suddenly seemed intolerable» [7]. Озарение Мариам приводит к противостоянию своей судьбе, которое в данном фрагменте выражено антитезой *tolerate(endure) / intolerable*. Так отражена оценочная позиция автора к положению женщин в своей стране, лишенных любви и уважения.

Влияние Лейлы на жизнь Мариам состоит не только в том, что Мариам нашла в дружбе и любви смысл жизни, но и в том, что Лейла не собирается мириться с традициями шариата. Лейла олицетворяет в романе женщину вторичной для Хоссени, западной культуры, - независимую, образованную, самостоятельно принимающую решения. То, что Мариам следует за Лейлой, демонстрирует позицию автора по отношению к «гендерному вопросу» в Афганистане – он считает положение женщин там неприемлемым.

Мариам совершает героический поступок. Убив мужа, чтобы защитить Лейлу и Азизу, она отдает себя в руки Талибанского «правосудия», и, тем самым, дает надежду своей новой семье на новую жизнь. Перед смертью во внутренней речи Мариам выражены все ассоциации образа женщины Афганистана, и все то, чего она несправедливо лишена, главные из которых выделены синтаксически в номинативных предложениях – мать, человек, достойный уважения: «She thought of her entry into this world, the harami child of a lowly villager, an unintended thing, a pitiable, regrettable accident. A weed. And yet she was leaving the world as a woman who had loved and been loved back. She was leaving it as a friend, a companion, a guardian. A mother. A person of consequence at last» [7].

Образ Мариам связан с заглавием романа. *A thousand splendid suns* – поэтическая цитата из посвященного Кабулу стихотворения Саиба Табризи, персидского поэта 16 века, в котором поэт выражает свое восхищение красотой города. Для Х. Хоссейни тысяча сияющих солнц – женщины Афганистана, подобные Мариам. Преодолев страх, Лейла возвращается в Кабул, чтобы стать учительницей в приюте. Примечательно, что дети в классе связываются в мыслях Лейлы с Мариам, которая никогда не ходила в школу. Образование было несбыточной мечтой Мариам, что также является этнокультурной характеристикой ее образа, поскольку школ для девочек в Афганистане в два раза меньше, чем для мальчиков.

В заключительных строчках текста метафорический микро-образ сияния Мариам тысячей солнц подчеркивает основную идею романа: «But, mostly, Mariam is in Laila's own heart, where she shines with the bursting radiance of a thousand suns» [7].

Таким образом, этнокультурный образ воздушного змея в первом романе Х. Хоссейни гетерогенен. Ассоциации, связанные с войной, жестокостью и смертью в Афганистане, переключаются с ассоциациями мирной жизни в Америке. Этнокультурный образ Мариам в романе «Тысяча сияющих солнц» в основном основан на характеристиках первичной (т.е. афганской) для автора культуры. Этот образ включает в себя традиционные, стереотипные ассоциации с женщиной из народа, незаконнорожденной, лишенной права определять свою судьбу, подвергающуюся ущемлениям и домашнему насилию. Однако оценочные компоненты этого образа – возмущение автором угнетением женщин, стремление видеть в женщине достойную уважения личность – проявление вторичной (западной) для автора культуры. Приведенные примеры подтверждают, что феномен транслингвизма оказывает влияние на образность художественного текста, что проявляется в эксплуатации гетерогенных этнокультурных образов или в их авторской оценке.

Литература:

7. Прошина З.Г. Транслингвизм и его прикладное значение //Вестник РУДН. Серия: Вопросы образования: Языки и специальность, 2017, Т.4, №2, сс.155-170
2. Леута О.Н., Лотман Ю.М. О трех функциях текста // Вопросы философии - 2002, №11, сс. 165-173
3. Черничкина, Искусственный билингвизм: лингвистический статус и характеристики: автореф. дисс д-ра фил. наук. Волгоград, 2007, 29с.
4. Садохин А.П. Введение в теорию межкультурной коммуникации, Москва, 2014 254с.
5. Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность, Москва, 2007 - 264с.
6. Hosseini K. The Kite Runner. <http://www.studynovels.com/Page/Story?bookId> (дата обращения: 15.10.2019).
7. Hosseini K. A Thousand Splendid Suns. <http://www.studynovels.com/Page/Story?bookId> (дата обращения: 15.10.2019).

Кросс-культурные коммуникации как важная особенность подготовки менеджеров в XXI веке
Cross-cultural communications as an important feature of managerial training in 21st century society

Санкт-Петербургский государственный электротехнический университет «ЛЭТИ» им. Ульянова (Ленина)

St. Petersburg State Electrotechnical University "LETI"

Знание принципов и норм кросс-культурных коммуникаций в бизнес-сообществе становится важной задачей для менеджеров. Особенно при растущем тренде на развитие экономики и тесной преемственности между странами.

Ключевые слова: кросс-культурные коммуникации, высшее образование, бизнес-образование, социальные коммуникации, кросс-культурные различия, менеджеры

Knowing the principles and norms of cross-cultural communication in the business community is becoming an important task for managers. Especially with a growing trend towards economic development and close continuity between countries.

Keywords: cross-cultural communications, higher education, business education, social communications, cross-cultural differences, managers

Обращаясь к коммуникации «человек-человек» всегда стоит помнить, что каждый из участников диалога является «продуктом» культуры, исторически преходящим. Современное мировое сообщество живет сейчас в условиях постоянной глобализации и преемственности опыта друг у друга. Например, несмотря на определенные ограничения на политическом уровне, рынок импорта и экспорта во всем мире продолжает развиваться. Экономическая открытость и стремление организовать свободные рыночные отношения способствуют тому, чтобы преодолевать межкультурные и коммуникационные барьеры с иностранными партнерами. В данном случае, очень ярко и ценно охарактеризовал необходимость кросс-культурного менеджмента в бизнес-среде Сергей Мясоедов, президент российской ассоциации бизнес-образования: «Мы должны научиться смотреть на вещи глазами наших партнеров» [1]. Данное определение достаточно общее, но, это и подчеркивает многообразие межкультурных коммуникаций. Этой фразы достаточно, чтобы оценить мощнейший инструмент владения межкультурной коммуникацией в бизнесе. Менеджерам и руководителям становится необходимо владеть этим навыком, чтобы быть востребованными в условиях конкуренции.

В качестве другого примера можно рассмотреть учебные заведения России. В течение трех лет число иностранных студентов, обучающихся очно в российских университетах, увеличилось на 20%. Так, в 2014/2015 академическом году в России учились более 183 тысяч иностранцев, в 2015/2016 году эта цифра выросла до 200 тысяч, а в 2016/2017-м составила почти 230 тысяч человек [2]. Подобный рост наблюдается и в других странах, открытых для культурного обмена. Это позволяет сделать вывод, что кооперация между ВУЗами с каждым годом все более возрастает. Представителям ВУЗов становится необходимым иметь навыки кросс-культурного общения и проводить адаптацию иностранных студентов.

Исследовательский интерес состоит в том, чтобы определить, как ценности транслируются через содержание дисциплин по кросс-культурным коммуникациям. В качестве отправной точки используются примеры образовательных программ ВУЗов и Бизнес-школ России и США. Используя метод контент-анализа при проработке текстов-описаний программ, можно выделить акценты, транслируемые через обучение. Перед нами встают важные проблемы для проработки:

Для сравнения программ были выбраны ВУЗы и бизнес-школы России [3,4] и США [5,6]. Интересно заметить, что в США частая история – это бизнес-школа на платформе ВУЗа. Это говорит о том, что тематики дисциплин переключаются между собой как в научной среде, так и в бизнес-среде.

Обобщая полученные данные, можно сделать следующие выводы:

1. Образовательные учреждения увеличивают количество курсов и тем по кросс-культурному взаимодействию для улучшения коммуникации в глобальном сообществе.

2. В программах по кросс-культурным коммуникациям выделяются такие акценты как особенность другой культуры, адаптация вербальной и невербальной коммуникации под особенности другой национальности, важность преемственности и открытости к обмену опытом в глобальном его значении. Это способствует уважению и принятию ценностей друг друга.

3. Внедрение обучения на корпоративном уровне (в компаниях, организациях, корпорациях) способствует улучшению атмосферы внутри коллектива и транслированию установки на межкультурное сотрудничество вовне.

Таким образом, в современном обществе существует достаточное количество доказательств важности и полезности такой дисциплины, как кросс-культурные коммуникации. Особенно, если рассматривать настоящее в лице управленческого звена крупных компаний и будущее в лице студентов. Выше были приведены только два примера, отражающие ключевые направления в развитии межкультурной грамотности, особенно среди российского общества. Но эти примеры на наш взгляд убедительно показывают актуальность обучения практикам кросс-культурных коммуникаций, в частности менеджеров крупных компаний.

Литература:

1. Сайт РАНХиГС. Зачем нужен кросс-культурный менеджмент? Ответ Сергея Мясоедова URL: <https://www.ranepa.ru/sobytiya/novosti/zachem-nuzhen-kross-kulturnyj-menedzhment-otvet-sergeya-myasoedova> (дата обращения 17.08.2019)
2. Сайт Министерства науки и образования Российской Федерации. Study in Russia. Сколько иностранных студентов в России. Дата публикации: 18 января 2019 года URL: <https://studyinrussia.ru/actual/articles/skolko-inostrannykh-studentov-v-rossii/> (дата обращения 17.08.2019)
3. Рейтинг вузов на 2019 год. Вузотека.ру URL: <http://vuzoteka.ru/%D0%B2%D1%83%D0%B7%D1%8B> (дата обращения: 11.05.2019)
4. Народный рейтинг MBA-2018. URL: <https://profile.ru/economy/narodnyj-rejting-mva-2018-126793-56669/> (дата обращения 11.05.2019)
5. Top Universities in US 2019. TOPUNIVERSITIES URL: <https://www.topuniversities.com/university-rankings-articles/world-university-rankings/top-universities-us-2019> (дата обращения 12.05.2019)
6. Best Business Schools. U.S.News URL: <https://www.usnews.com/best-graduate-schools/top-business-schools/mba-rankings> (дата обращения 12.05.2019)

Культурный ландшафт и идентичность (Кустурица V Абрамович) Cultural landscape and identity (Kusturica V Abramovich)

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

В статье рассматривается влияние национальной идентификации на творчество европейских художников Эмира Кустурицы и Марии Абрамович с двух возможных позиций. С одной стороны, Эмир Кустурица воспроизводит картину полной национальной определенности. С другой стороны, Мария Абрамович, подвизающаяся в жанре «перформанса», выражает позицию «существования без идентичности». Оба творца вышли из сербской культуры. Но для Кустурицы художественная коммуникация основана на почве, традиции, языке, для Абрамович не имеют значения детали происхождения, история жизни художника (воспоминания могут быть стерты, изменены, переформатированы). Она исповедует космополитизм, не обремененный национальной принадлежностью, без источников, без проблем, без истории, без крови, без памяти, без отечества. Это новая идеология существования в арт-пространстве, где главное - его конъюнктура, рыночный успех, свобода художника. Эти две противоположные позиции в целом раскрывают два вектора развития современной художественной культуры и роль национальной самоидентификации в коммуникативном процессе. Имеет ли значение национальная, личная, социальная, религиозная, культурная, этническая, пространственная идентичность для коммуникации в эпоху глобализационных сдвигов? Это проблема художественной идеологии, которая управляет творческим процессом.

Ключевые слова: культурный ландшафт; identity; существование в искусстве.

The article considers the influence of national identification on the work of European artists Emir Kusturica and Maria Abramovich from two possible positions. On the one hand, Emir Kusturica reproduces the picture of complete national certainty. On the other hand, Maria Abramovich, working in the genre of "performance", expresses the position of "existence without identity." Both creators came out of Serbian culture. But for Kusturica, artistic communication is based on soil, tradition, language; for Abramovich, the details of the origin and the life history of the artist do not matter (memories can be erased, changed, reformatted). She professes cosmopolitanism, not burdened with nationality, without sources, without problems, without history, without blood, without memory, without the fatherland. This is a new ideology of existence in the art space, where the main thing is its conjuncture, market success, freedom of the artist. These two opposing positions as a whole reveal two vectors of development of modern art culture and the role of national self-identification in the communicative process. Does national, personal, social, religious, cultural, ethnic, spatial identity matter for communication in the era of globalization shifts? This is a problem of artistic ideology that drives the creative process.

Key words: cultural landscape; identity; existence in art space.

Актуальность исследования процессов национальной самоидентификации для художников определяется необходимостью для них давать ответ на вопрос: «кто я?». Но ответы на него могут быть самыми разными. *Целью* статьи является выявление роли национальной самоидентификации в творчестве двух европейских художников. Сербские художники Эмир Кустурица и Мария Абрамович, отдавая отчет в своей национальной принадлежности, формируют два разных мира. Кустурица - экзотическую и ни на что больше не похожую реальность, средоточием которой оказывается национальная культура и традиции. Абрамович - абстрактную среду без корней и без почвы. Это две принципиальные позиции, и потому *методом* их исследования может быть сравнение художественного результата. У Кустурицы это

существование в подробностях быта, речи, спрессованной национальной самобытности, природной кровно-родственной связи, коммуникационная основа которой заключена в исторической памяти и в языке, формирующем казалось бы закрытый мир сербской глубинки. В этом мире трудно «забыть причины великих исторических потрясений» [1, с 6], точнее, не следует их забывать, хотя бы для продолжения своего национального существования. Марина Абрамович ориентируется на форму «существования без идентичности»: «У меня нет идентичности: я не чувствую себя югославкой... Мои родители, коммунисты и партизаны, приехали из Черногории. Они воспитали меня как солдата - не уговорами, а железной дисциплиной. Я люблю пейзажи Черногории и присущую ее жителям смесь живучести и героизма. Но это все. У меня немецкий паспорт, я прожила более сорока лет в Соединенных Штатах, шестнадцать лет в Германии, я приезжаю в Италию с начала 70-х годов, но я чувствую, что не принадлежу ни одному конкретному месту» [2].

Трагическая история недавно процветающей страны, превращенной в лоскутное государство, раздираемое кровавым межэтническим конфликтом, когда соседи становятся смертельными врагами, все это - как итог страшного раскола и национально-этнической нетерпимости. Может быть, действительно права Марина Абрамович, нашедшая в себе силы бежать, забыть, устраниться, укрыться и не участвовать? Может быть «этот Вавилон» действительно скоро закончится, национальности отомрут, и мы превратимся в счастливых потребителей незатейливых перформансов? Может, в этом тенденция «продуктивной художественной коммуникации»? Есть надежда, что все будет развиваться иначе, что мы не утратим в один счастливый момент своей идентичности, национальной, почвенной, отеческой, отягощающей нашу жизнь необходимостью ее воспроизведения, сохранения и нашего о ней попечительства. Если космополитке Абрамович будут противостоять в своем духовном и идеологическом влиянии сербы Эмир Кустурица и Милорад Павич, - не все потеряно в нашем культурном существовании, и 21 век не станет местом перформативного однообразия и одичания.

Литература:

1. Кустурица Э. О себе самом. Где моё место в этой истории? Автобиография / пер. с фр. Э. Болдиной. — 2-е изд. — М.: РИПОЛ классик, 2016. — 384 с.
2. Абрамович М. Тело без идентичности. Интервью с Мариной Абрамович <http://gefter.ru/archive/16430> (дата обращения 17.10.19)

Современные медиа как инструмент межкультурной коммуникации: кейс Южной Кореи
Modern media as an instrument of intercultural communication: case of South Korea

Санкт-Петербургский государственный университет
Saint Petersburg State University

С середины прошлого века Южная Корея стала привлекать внимание исследователей в областях политических, экономических и социальных наук. Высокий уровень интереса был вызван удивительным результатом резкого социально-экономического рывка этой страны на протяжении последних 50 лет. Одним из важнейших достижений для внешней политики Республики Корея стало эффективное использование стратегии soft power для упрочения своего положения на мировой арене, а также для ретрансляции исключительного культурного кода.

Ключевые слова: массовая культура, межкультурная коммуникация, имидж, СМК, манипулирование, soft power.

From the middle of the last century, South Korea began to attract the attention of researchers in the fields of political, economic and social sciences. The high level of interest from the scientific community was caused by the amazing results of the sharp socio-economic breakthrough of this country over the past 50 years. One of the most important achievements for the domestic and foreign policy of the Republic of Korea was the effective use of the soft power strategy to strengthen its position in the world arena, as well as to relay an exceptional cultural code.

Key words: mass culture, intercultural communication, media consumption, image, media, social manipulations soft power.

Вследствие процесса становления цифровых технологий современная культура перетерпела фундаментальные изменения. Особую роль в информационном обществе имеет массовая культура, поскольку она оказалась наиболее восприимчивой к изменениям, которым способствовал научно-технического прогресса.

Для большинства людей цифровой век отличается сменой творческой деятельности на репродуктивную, больше направленную на создание большого количества легко производимых товаров, не обладающих свойством уникальности, иными словами, теперь культура в большей степени лишь воспроизводит достижения прошлого в соответствии с интересами и требованиями современной аудитории.

Медиа как неотъемлемая часть повседневной реальности оказывает большое влияние на формирование новых стратегий внешнеполитической коммуникации. Последние десятилетие доказывает, что все социальные процессы, происходящие в обществе, стали рассматриваться через призму медиапространства.

Информационные технологии обеспечили возможность развития диалога между странами, но наличие возможности не гарантирует эффективность реализуемой стратегии. На примере феномена «Халлю» рассмотрим, как информационные технологии способствуют внедрению национальной культуры в международное пространство и усиливают тенденции межкультурной коммуникации.

Ряд аналитиков [Jang G: 2012; Lee H: 2013; Hong E.: 2014; Spry D: 2015] полагают, что стандартизация, повышающая прибыльность массовой культуры, распространяемой в глобальных масштабах с помощью СМК, приучает аудиторию к

китчу, к диктату моды и ее стереотипов, что препятствует сохранению и развитию интеллектуально-художественных традиций национальных культур и мировой культуры в целом. Это может привести к полной коммерциализации и интеграция средств массовой коммуникации с рекламным бизнесом, поскольку прибыль и интеллектуально-культурная деятельность несовместимы.

Главным проявлением ранее упомянутой модели влияния, в случае Республики Корея, является популяризация национальной культуры через экспорт медиапродуктов, с целью укрепления внешнеполитических связей и увеличения степени привлекательности страны для иностранных туристов. Центральное место в этом процессе отведено средствам массовой коммуникации, как главному инструменту продвижения.

Подтверждением стал случай 10 сентября 2019 года. В США состоялась презентация новых продуктов Apple. Данная информационная повестка обладает исключительной привлекательностью для многочисленной аудитории. В день презентации социальные сети обычно перенасыщены постами и обсуждениями инноваций в сфере производства смартфонов и ПК.

Однако в это день лидирующую позицию в Твиттере — главную строчку обсуждаемых событий-трендов — заняли новости о популярной южнокорейской певице, Момо. Во время проведения презентации, агентство "JYP Entertainment" выпустило тизер с участием певицы в поддержку нового альбома группы "TWICE". Как результат, поклонники группы начали активно обсуждать событие в социальных сетях, что привело к росту количества упоминаний о Момо.

Таким образом, массовая культура Республики Корея стала интересна для аудитории по всему миру, что демонстрирует потенциал культурной матрицы исследуемого региона. На основании результатов, полученных в ходе анализа эмпирической базы, удалось установить, что развлекательный сегмент укрепляет свои позиции как наиболее востребованное направление в развитии Корейской волны.

Кроме того, по данным Корейского агентства содействия внешней торговле и инвестициям (KOTRA), в 2017 году экономический эффект Халлю только в Европе составил порядка 620 млн. 900 тыс. долларов. Это почти в два раза больше того же показателя в рамках соглашения о свободной торговле между ЕС и Республики Корея(РК), который составил 365 млн. 760 тыс. долларов.

Ценность национального бренда РК увеличилась на 4,4 процента. Число иностранных туристов, посещающих Республики Корея, постоянно растет. По данным министерства культуры, спорта и туризма, в прошлом году РК посетили 12 млн. иностранных туристов. Это на 75 процентов больше, чем в 2008 году, когда данный показатель составил 6 млн. 890 тыс. человек.

Ввиду этого, за относительно недолгий период времени национальный имидж Республики Кореи претерпел кардинальные изменения. Используя инструменты государственного ребрендинга в виде Korean Wave, Южная Корея смогла создать привлекательный образ страны на всех уровнях восприятия, от партнеров по межгосударственным отношениям до рядового потребителя [1].

Следует отметить, что для исследования научным интересом обладает понятие soft power – комплекс инструментов культурного влияния, а именно, – международное признание значимости и величия культурного наследия страны, политика популяризации национальной культуры, расширение межкультурных коммуникаций, распространение национального языка и национальной кухни.

Также, стоит учитывать значимость термина cultural diplomacy как более узконаправленного компонента внешнеполитических связей. Целью cultural diplomacy – представление государства в качестве привлекательного партнера с высоким потенциалом и дальнейшими перспективами развития сотрудничества с другими странами. Решение вопросов эффективности межкультурной коммуникации и коммуникативных технологий в международных культурно-деловых отношениях имеет обоснование в интегрированном подходе, опирающемся на концепции теорий коммуникации. В результате основной задачей культурной дипломатии является выстраивание коммуникативных стратегий по продвижению национальной культуры за рубежом [2].

Отдельную нишу в трансляции современной культуры занимают социальные сети. На сегодняшний день всемирно известными проектами Web 2.0 являются YouTube, Facebook, Twitter, сервисы Google и Yahoo, и многие другие площадки, позволяющие формировать положительные образы новейших трендов и лидеров мнений.

Опираясь на суждения современных исследователей можно заметить, что экономический подъем Южной Кореи особым образом обязан своим успехом развитию социальных сетей (Facebook, Line, KakaoTalk) и онлайн видео-платформ (YouTube, Dailymotion). Именно они помогли корейской индустрии развлечений достичь успеха у зарубежной аудитории и заручиться поддержкой западных спонсоров [3].

По словам Берни Чо, президента Сеульского маркетингового агентства DFSB Collective, корейские артисты направили все свои усилия на то, чтобы стать популярными в интернете. «Они твиттят, сидят на Facebook и выкладывают влоги на Youtube, чтобы подняться в чартах как Азии, так и за ее пределами» [1].

Все выше изложенное подтверждает, что функции СМК, а именно социальные платформы, и массовой культуры тесно взаимодействуют, регулируя социальную жизнь общества во всем ее многообразии. Это, в свою очередь, позволило осуществить обширное включение различных сфер культуры в электронное пространство коммуникативной сети Интернета, что во многом предопределило успех Корейской волны в мире, видоизменяя и ретранслируя эстетику Востока для массового потребителя

Подводя итог, следует сказать о том, что развитие цифровых технологий во многом способствовало распространению Корейской волны в мире, видоизменяя и ретранслируя ценности Востока для массового потребителя, тем самым укрепляя позиции Республики Корея. Установлено, что средства массовой коммуникации являются необходимым инструментом в поддержании межкультурного диалога.

Литература:

1. Lina Y. Korean Pop, with Online Help, Goes Global // Time. 2010. [http:// content.time.com](http://content.time.com)(Дата обращения:24.08.2019)
2. Бураев Д.И., Гармаханов М.Ц. Корейская волна и мягкая сила. Стратегия развития и распространения//Вестник БГУ.2014.URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/koreyskaya-volna-i-myagkaya-sila-strategiya-razvitiya-i-rasprostraneniya> (дата обращения: 06.05.2019)
3. Jang G., Won K. Korean Wave as Tool for Korea's New Cultural Diplomacy, 2012
4. Lee H. Cultural Policy and the Korean Wave: from national culture to transnational consumerism, 2013
5. Hong E. The Birth of Korean Cool: How One Nation Is Conquering the World Through Pop Culture, 2014
6. Spry D. New Media in Korea and Japan: Emergent Trends. London, 2015
7. Журавлева Н.Н. Коммуникативные стратегии в сфере «культурной дипломатии»: современные дискуссии // Вестн. Воронеж. гос. ун-та. Сер.: Лингвистика и межкультурная коммуникация. – Воронеж, ВГУ, 2007. – №2 (ч.2). – 223 с. – С. 160-166.
8. Кутукова Е. А. Инновационная модель медиарынка Республики Корея// выпуск. квалиф. Работа 2017 г.— Санкт-Петербург: СПбГУ, 2017
9. Лазарева К. В. Республика Корея: феномен национального бренда // Манускрипт. 2018. №11-1 (97). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/respublika-koreya-fenomen-natsionalnogo-brenda> (дата обращения: 04.09.2019).
10. Chun C. Soft Power and South Korea's Foreign Policy: Security Policy and North Korea Strategy // Diplomatic Strategy of Soft Power Seminar. Jeju Peace Institute, 16 Oct. 2009. URL: <http://www.jpi.or.kr/skyboard/download.sky?fid=3379&gid=5309&code=jpiworld>(дата обращения: 04.09.2019).

УДК 1 (130.1) + (303.01), ББК 87.6

А.В. Осипова

Alexandra Osipova, alexandrao@yandex.ru

Главные тренды в 2017-2019 годах в арт-коллаборациях в России The major trends in art collaborations in Russia in 2017-2019

*Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова
Plekhanov Russian University of Economics*

В статье рассматриваются самые успешные коллаборации между брендами и визуальными художниками в России в 2017-2019 годах. В ходе исследования были изучены более 50 кейсов арт-коллабораций, что позволило выявить основные тренды арт-сотрудничества на протяжении последних трех лет. Были определены основные мотивы, цели и задачи брендов при инициировании арт-партнерства, а также критерии выбора художников.

Ключевые слова: арт-коллаборация, бренды, визуальные художники, корпоративные ценности, партнерство, сотрудничество.

The article provides the results of research on the most successful art collaborations between brands and visual artists from 2017 to 2019 in Russia. The objects of study were more than 50 cases, which assisted to highlight the general trends in the cooperation between companies and artists during the 3-year period. There were indicated the motivation, aims and goals of brands, which initiated art collaborations. Also, there were defined the selection criteria of the artists for the partnership.

Keywords: art collaboration, brands, collaboration, cooperation, corporate values, partnership, visual artists.

В настоящее время количество коллабораций между брендами и искусством растет с каждым годом. Многие компании как люксового, так и масс-маркет сегментов стремятся к сотрудничеству с визуальными художниками, чтобы привлечь внимание прессы и желаемой целевой аудитории к своему бренду [1]. Данная статья анализирует результаты исследования более 50 кейсов успешных арт-коллабораций в период с 2017

по 2019 год, участниками которых являлись отечественные художники или российские компании, привлекающие зарубежных художников к сотрудничеству на территории России.

Исследование показало, что практически две трети компаний, участвовавших в арт-коллаборациях в России являются представителями крупных международных брендов, штаб-квартира которых находится за рубежом, в основном, в США или странах Европы, таких как Швейцария, Франция, Великобритания и Германия, а также одна треть всех коллабораций приходится на отечественные компании.

Основными мотивами брендов для инициирования арт-коллаборации являлись как привлечение, в основном, молодежной аудитории 13-25 лет, так и поддержание интереса у уже имеющих клиентов к своему продукту и социально-общественной деятельности компании [2].

Было определено несколько категорий целей и задач арт-коллабораций, которые были популярны в данный временной период:

- создание уникального продукта в сотрудничестве с художником – limited edition – 30%;

- создание уникальной рекламной кампании совместно с художником для повышения интереса к новому продукту – 40%;

- привлечение внимания к социально-общественной деятельности компании (благотворительность, ивенты) – 12,5% [3];

- привлечение внимания к компании, за счет создания уникального арт-объекта, связанного непосредственно с ценностями, философией и идентичностью компании и влияющего на городскую и/или арт среду – 17,5%.

Наибольший интерес для взаимовыгодного партнерства у крупных коммерческих брендов в рассмотренный период времени вызывали молодые художники до 30 лет, не только создающие уникальный высокопрофессиональный арт-контент в сфере стрит-арта, мультимедиа искусств, перформанса и живописи, но также уже имеющие успешный опыт коллабораций с крупными брендами и постоянно растущую популярность у своей целевой аудитории [4]. Художники, которые создают свой персональный арт бренд, со всеми соответствующими атрибутами: миссия, философия, ценности, профессиональный продукт творчества, уникальность и искренность. Художники, которые имеют многотысячную аудиторию в социальных сетях и умеют активно общаться со своими подписчиками, регулярно размещая публикации и отвечая на комментарии, а также появляются в медиа пространстве, привлекая внимание к своему персональному арт бренду.

Такие личности становятся кумирами и источниками вдохновения для молодого поколения 13-25 лет. Именно эта целевая аудитория интересуется не только бренды масс-маркета, но и люксовые, в виду того, что возраст покупателей люкса значительно снизился в последние несколько лет. Также социальные сети этих художников являются отличным каналом транслирования ключевого сообщения бренда, часто гораздо более популярным и эффективным, чем официальные аккаунты компаний [5].

Мотивация художников при участии в коллаборации во многом зависит от нескольких факторов, таких как наличие общих ценностей с брендом, взаимного уважения и лояльности по отношению друг другу, возможность создания выдающегося произведения искусства при финансовой поддержке компании, а также наличие необходимой степени свободы творчества. [6, 7].

Подводя итоги, можно сказать, что залог успешной коллаборации между брендами и художниками в наличии общих целей, интересов и ценностей, поэтому выбор партнера для арт-сотрудничества должен быть хорошо обдуманым решением с обеих сторон, исходя из их стратегий развития и прогнозирования возможных рисков для репутации как бренда, так и художника.

Литература:

1. Лебедева Т.Ю. Мифологизация и эстетика премиальных брендов в практике медиакоммуникаций // Вестник Воронежского государственного университета. – Серия: Филология. Журналистика. – 2017. – № 1. – С. 124-128.
2. Лосева Т.А. Молодежь как целевая группа PR-проектов в интернет коммуникациях. Научные труды Московского гуманитарного университета. 2017. № 3. С. 10.
3. Кутыркина Л.В., Кутянская К.И. Событийное продвижение благотворительности и особенности поведения жертвователей в России // Реклама: теория и практика. 2015. № 5. С. 292-300.
4. Онкович А.В., Онкович А.Д. Медиаобразовательный контекст уличного искусства как формы визуальной коммуникации // В сборнике II Международной научной конференции «Визуальная коммуникация в социокультурной динамике». 2016. С.144-149
5. Скоробогатых И.И., Мусатова Ж.Б. Социальные сети: возможности и препятствия для продвижения люксовых брендов // В сборнике: Современный менеджмент: проблемы и перспективы Сборник статей: в двух частях. 2016. С. 385-390.
6. Осипова Е.А. Аксиологические основания теории связей с общественностью: монография М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 228 с.
7. Осипова А.В. Сотрудничество брендов с крупнейшими музеями Москвы и Санкт-Петербурга // В сборнике: Коммуникативные стратегии информационного общества Труды X Международной научно-теоретической конференции. 2018. С. 299-301.

Секция 7. Личность в информационном и сетевом обществе
Personality in the information and network society

УДК 130.2, ББК 6/8

И.А. Авдеева
Irina Avdeeva, avdeeva@rambler.ru

Пространство современных коммуникативных полей и практика гибридной субъективности

The global space of modern communication fields and the practice of hybrid subjectivity

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова.
Lomonosov Moscow State University

Глобальные коммуникации, их сложный и многоуровневый характер в поле интенсивного мультикультурного, политического и экономического взаимодействия, формируют иной тип идентичности субъекта и, соответственно, иной тип субъективности – гибридную субъективность. Нестабильность, затрудненность социализироваться в устойчивые нормативные категории, их бессистемность, протест против тоталитаризации мышления и социального регулирования, сопереживание и чувствительность, плюралистичность мышления, мобильность, гиперконнективность – черты гибридной субъективности.

Ключевые слова: гибридная субъективность, амбивалентность субъекта, самоидентификация, постмодерн, глобальные коммуникации.

Global communications, their complex and multi-level nature in the field of intense multicultural, political and economic interaction, form a different type of identity of the subject and, accordingly, a different type of subjectivity - hybrid subjectivity. Instability, the difficulty to socialize into stable normative categories, their lack of system, protest against the totalitarianization of thinking and social regulation, empathy and sensitivity, pluralism of thinking, mobility, hyperconnectivity are the features of hybrid subjectivity.

Key words: hybrid subjectivity, subject ambivalence, self-identification, postmodern, global communications.

Особенностью современных коммуникаций уже давно принято считать их глобальный характер. Однако, рассматривая содержательные характеристики этой глобальности, мы не можем прийти к единому мнению относительно специфики этой глобальности. С одной стороны, мы имеем дело с глобальным характером распространения коммуникаций и особыми техническими возможностями средств коммуникации, которые в кратчайшие сроки могут предоставить нам информацию из любой области и практически из любой географической точки. С другой стороны, интенсивность развития производства и мировая кооперация, экономическая и политическая, с необходимостью выстраивают коммуникации, по охвату и масштабу которых никогда еще не было аналогов в человеческой культуре. И вслед за меняющейся экономической и политической практикой выстраивается новое пространство культурной практики, где коммуникационные возможности индивида выходят далеко за пределы одной замкнутой и ограниченной гомогенной культурной группы/сообщества вне зависимости от ее размера. Открывается бесконечность возможностей включения индивида в коммуникативное пространство разных групп,

которая создает нового субъекта, чья социализация и самоидентификация принципиально не являются процессом однолинейным и завершенным.

Более того, разнородность различных «глобальных» практик (экономической, политической, культурной, социальной и даже исторической) создают неоднородное глобальное коммуникативное пространство, где субъект оказывается на пересечении различных коммуникативных полей, не имеющих четких границ. Самоидентификация субъекта затрудняется и становится процессуально незавершенной в связи с огромным охватом горизонтов возможных коммуникаций, актуальных и потенциальных. В психологической концепции Э. Берна субъект имел определенные роли, реализуемые в различных, но достаточно ограниченных по числу, ситуациях общения. Это не мешало определенному субъекту быть и оставаться таковым в разных ситуациях в пределах одного социокультурного поля. Современная же ситуация становления субъекта, связываемая с его нахождением в пространстве иного рода коммуникаций в различных национальных, культурных, социальных, экономических и политических общностях одновременно, меняет и сам характер субъектности, делая его подвижным, неопределенным, ситуативным и сложным для анализа.

Появившееся недавно в философском дискурсе понятие «гибридная субъективность» [3] имеет исторические отсылки к органической идентичности, естественно возникающей в случае взаимодействия нескольких существенных идентичностей (биологической, расовой, культурной, национальной и др.). Однако сегодняшний ракурс рассмотрения предполагает уже иной аспект - преднамеренную гибридность, которая концептуализирует сам феномен гибридной субъективности, находящейся вне единого и органичного целого, бросающей вызов и дестабилизирующей непрерывность и безопасность существующего социального и культурного порядка. В то время как органические гибриды заимствуют и адаптируют черты различных идентичностей в одно целое, обосновывая их уместность и никогда не ставят под сомнение статус-кво, преднамеренные гибриды - особенно те, которые теоретизируют постколониальные писатели - дискредитируют, высмеивают и проблематизируют существующий порядок и модернистские, сущностные идентичности, лежащие в его основе. Такие гибриды угрожают бинарной и классификационной логике, лежащей в основе современности [1]. Сама современность перестает быть бинарной.

Гибридность второго типа создается не просто в некоем надполитичном мультикультурном пространстве, а является результатом взаимодействия не только культурных полей, но результатом развития самого глобального коммуникативного пространства и в его синхронии и диахронии. Речь идет не просто об усложнении самоидентификации как психологического процесса в условиях усложняющихся социокультурных практик, но также неопределенности субъекта в различных системах ценностных предпочтений, где только здоровый рационализм на грани скепсиса и иронии помогает оставаться в относительно сбалансированном состоянии. Однако нестабильность, затрудненность социализироваться в устойчивые нормативные категории, их бессистемность, протест против тоталитаризации мышления и

социального регулирования, сопереживание и чувствительность, плюралистичность мышления, мобильность, гиперконнективность – черты гибридной субъективности. Они формируются причастностью субъекта различным практикам в пространстве глобальной коммуникации, мультикультурного пространства, социальной и политической нестабильности вне сущностей. «Индустрия» глобальной коммуникации производит гибридного субъекта как живущего на границе политических групп, социальных страт, национальных общностей, культурных полей, в поле огромного количества информации. Все это способствует формированию иного типа идентичности субъекта, сущность которого ускользает от него самого.

Литература:

1. Бауман З. Текущая современность. СПб.: Питер, 2008. - 240 с.
2. Миронов В.В. Платон и современная пещера big-data // Вестник Санкт-Петербургского университета. Философия и конфликтология. 2019. Т. 35. Вып. 1. С. 4–24. <https://doi.org/10.21638/spbu17.2019.101>
3. Vince P. Marotta. The hybrid self and the ambivalence of boundaries/ Социальные идентичности. Том 14, 2008 - Выпуск 3. <https://doi.org/10.1080/13504630802088052>
4. W. Lawrence Hogue. Hybrid Subjectivity. American Book Review. Volume 34, Number 2, January/February 2013, pp. 17-18. <https://muse.jhu.edu/article/501538>

УДК 070.41 (476), ББК 76.02

В.А. Гапутина

Violetta Gaputina, VAGaputina@pushkin.institute

**Персонификация как доминантная характеристика
современных российских глянцевого журналов
Personification as a dominant characteristic of modern Russian glossy magazines**

*Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина
State Institute of the Russian Language A.S. Pushkin*

Статья посвящена исследованию феномена персонификации в современных русскоязычных глянцевого журналов. Основное внимание уделяется персонификации журналиста, проявляющейся в субъективной модальности текстов, а также в его индивидуально-авторском стиле. Выделены и проанализированы такие приемы персонификации, как авторизированные конструкции, оценочная лексика, диалогизация речи, вводные слова и вставные конструкции, прецедентные феномены, тропы, языковая игра. Проведенный анализ позволяет сделать вывод о том, что персонифицированный формат подачи информации является доминантной характеристикой современных российских глянцевого журналов.

Ключевые слова: глянцевого журналы, персонификация, субъективная модальность, индивидуально-авторский стиль.

The article is devoted to the study of the phenomenon of personification in modern Russian-language glossy magazines. The main attention is paid to the personification of the journalist, manifested in the subjective modality of the texts, as well as in his individual author's style. Personification techniques such as authorized constructions, evaluative vocabulary, dialogue of speech, introductory words and plug-in constructions, precedent phenomena, pathways, and language play are highlighted and analyzed. The analysis allows us to conclude that a personalized format for presenting information is the dominant characteristic of modern Russian glossy magazines.

Keywords: glossy magazines, personification, subjective modality, individual-author style.

По наблюдениям исследователей, современная система массовой коммуникации характеризуется процессом персонификации [1; 2; 3; 4; 5; 6; 7] «как проявления в публичном диалоге личности, открыто заявляющей свое мировоззрение и утверждающей свой стиль» [1: 154]. Журналист выступает не просто транслятором

сообщений, а непосредственным их участником, через призму его взглядов и его индивидуальных мнений выражается осмысление жизненных фактов и событий. Кроме того, феномен персонификации проявляется в ориентации на персонализированную аудиторию [2: 10]. Статус адресата претерпевает изменения: это уже не так называемый «массовый читатель», а личность («персона»), которая сама выбирает, что и кого читать, требуя качественного информационного продукта [3].

Стремление к персонификации журналиста, на наш взгляд, особенно ярко проявляется в российских глянцевах журналах формата life style («Домашний очаг», «Отдохни», «Лиза», «Даша», «Cosmopolitan», «Grazia», «ELLE», «Glamour», «Marie Claire» и мн. др.). Отличительной особенностью таких журналов служит широта представленной в них тематики (мода, красота, здоровье, спорт, искусство, отношения, карьера) и трансляция ценностных ориентиров, характерных для определенного социума и временного интервала. Редакторы глянцевах журналов дают читателям практические советы в отношении того, какую нужно носить одежду и с чем ее сочетать, какую косметику покупать и как ей правильно пользоваться, какие смотреть фильмы и какие читать книги, как строить отношения с мамой/ коллегами/ детьми и т.п., причем каждый совет маркируется личностью журналиста, предлагающего читателю свою собственную оценку описываемой реалии или ситуации. Таким образом, субъективная модальность текстов глянцевах журналов становится преобладающей их специфической чертой.

Настоящая статья отражает результаты исследования, проведенного на материале выпусков русскоязычных глянцевах журналов «Glamour» и «Cosmopolitan» за 2019 год, ориентированных прежде всего на женскую аудиторию.

Наш анализ показал, что субъективная модальность максимально проявляется в постоянных авторских рубриках, например, «Письмо редактора» («Glamour» и «Cosmopolitan»), «Разбор косметички GlamBox» («Glamour»), «Выбор редактора» («Glamour»), «Вопрос-ответ» («Glamour»), «Cosmo-эксперимент» («Cosmopolitan»), «Спроси редактора» («Cosmopolitan»). Материалы, публикуемые в данных рубриках, концептуально направлены на персонификацию журналиста. В них редакторы глянцевах журналов (эксперты в области моды, красоты, образа жизни и пр.) делятся с читательницами своим личным опытом и впечатлениями: *«Лично я люблю блески для губ еще и за то, что они визуально увеличивают губы. Моя последняя находка – новинка от Inglot»* («Glamour» октябрь 2019), *«Очень понравился сериал «Эйфория», хотя количество секса и наркотиков зашкаливает...»* («Cosmopolitan» октябрь 2019), дают практические советы в отношении какого-либо вопроса: *«Лайфхак: воткни гвоздику в дольки апельсина, потом не придется долго ее вылавливать»* («Cosmopolitan» октябрь 2019), *«Если решила «активно» подчеркнуть глаза, выбирай помаду нюд с пудровым покрытием»* («Cosmopolitan» октябрь 2019).

Отличительной чертой современных журналов является то, что, помимо членов редколлегии, трансляторами собственных взглядов на разные жизненные ситуации в них выступают политики, спортсмены, психологи, бизнесмены, кинокритики, фотографы, повара, фитнес-тренеры, актеры, режиссеры и мн. др. Практически любой

материал преподносится журналистом от лица специалиста, компетентного в области освещаемой темы и способного ее прокомментировать. Кроме того, в тиражировании мнений принимают участие и читатели журналов, письма и вопросы которых публикуются во многих рубриках. Таким образом, каждый текст, в котором имеет место «эффект очевидца», становится персонифицированным. Несмотря на субъективное начало, заложенное в основу каждого из них, такое многообразие идей и взглядов позволяет сформировать наиболее объективную картину мира в глазах читателя.

Дополнительную индивидуализацию контент журнальных статей получает за счет фотографий авторов публикаций, помещенных в этих рубриках, а также ссылок на их личные аккаунты в социальных сетях, что сближает адресата и адресанта, обеспечивая персонификацию информации.

Выражение авторской позиции реализуется за счет использования авторизованных конструкций с местоимениями «я» или «мы», причем употребление местоимения «мы» часто объединяет фигуру автора и кого-то из его окружения (коллег, друзей, знакомых): *«Когда-то давно мы с подругами пользовались простым приемом: представляли, а как бы на нашем месте себя повела Бейонсе?»* («Glamour» октябрь 2019). Во многих случаях использование местоимения «мы» объединяет фигуру автора и читателя, что является эффективным приемом сокращения дистанции между ними и причислению к одному и тому же социальному кругу: *«Как мы с вами формируем тренды и какую роль играет помада в большой политике и экономике»* («Glamour» октябрь 2019).

Актуализация личного отношения к освещаемым событиям и фактам осуществляется с помощью использования журналистами оценочных лексем. Основные оценочные доминанты определяются как объективными процессами, происходящими в социуме (например, актуальными тенденциями в мире моды), так и личностным восприятием, которое, как правило, связано с общей концепцией издания и мнением всей редколлегии: *«Украшения с ракушками – самый крутой тренд прошедшего лета»* («Cosmopolitan» октябрь 2019), *«Очки берем цветные. Они и выглядят классно, и смотреть на мир сквозь них гораздо веселее»* («Cosmopolitan» июнь 2019).

Необходимо отметить активное функционирование эмоционально-экспрессивных оценочных единиц как показателя высокой доли личностного начала, часто – стилистически сниженной разговорной окраски, делающей журналистский текст максимально доступным для читателя. Причем специфика глянцевого журналов предопределяет превалирование оценочных лексем с мелиоративной семантикой, поскольку основной интенцией создателей этого сегмента медиа, задействованного в процессе маркетингового продвижения товаров и услуг, является формирование положительного образа предлагаемых потребителю продуктов. Помимо того, глянцевые журналы призваны украшать повседневность, приносить в нее ощущение праздника [4], поэтому негативные оценочные лексемы на страницах данных изданий встречаются редко.

Одним из основных приемов персонификации текстов глянцевого журнала является использование редакторами различных видов диалогизации речи для реализации контактоустанавливающих стратегий. К ним относятся риторические вопросы, в которых автор предлагает читателю вместе с ним поразмышлять над обсуждаемой проблемой: «*Но разве может цифровая зависимость навредить здоровью?*» («Cosmopolitan» июнь 2019) или в имплицитном виде побуждает к действию: «*Вечная тема расцветает с пышностью павлово-посадских платков. Не пора ли заехать в гости к бабушке?*» («Glamour» октябрь 2019). Также журналисты часто используют вопросительные предложения, близкие к риторическим вопросам, предполагающие однозначный ответ, который формально не выражается: «*Работаешь от рассвета до заката, отказываешь себе во всем, а на новые сапоги из кожи питона так и не накопила? Это потому, что ты неправильно экономишь!*» («Cosmopolitan» октябрь 2019). После таких вопросов следуют «ответные реплики» журналиста, имитирующего диалог с читателем, содержащие ключ к решению проблемы, заключенной в вопросе.

К средствам выражения субъективизации текстов относятся вводные слова и вставные конструкции, подчеркивающие осведомленность и уверенность автора в том, о чем он пишет: «*Безусловно, сандалии мы носим каждое лето, но сейчас они у модниц на особом счету!*» («Cosmopolitan» июнь 2019), «*А вот вариант для тех, кто любит погорячее: кейп. Пожалуй, самая модная верхняя одежда этой осени*» («Cosmopolitan» октябрь 2019), а также вставные конструкции, содержащие авторскую оценку описываемого: «*XX век подарил нам право на работу (ура!) и ... в полном объеме оставил домашнюю рутину (увы)*» («Glamour» октябрь 2019), «*Сейчас хорошо бы пересмотреть эту консервативную точку зрения и научиться слышать, слушать и вообще уважать других людей (что, кстати, не так просто, как кажется)*» («Glamour» апрель 2019).

Персонификация журналиста проявляется в его индивидуально-авторском стиле. Использование специфических языковых средств делает речь журналиста образной и неповторимой, а публикуемые им материалы – интересными и запоминающимися. Так, страницы российских глянцевого журнала изобилуют прецедентными феноменами, которые чаще всего вводятся в текст не в оригинальном, а в трансформированном виде, что демонстрирует креативный авторский подход к трансляции информации: «*А клеточка созрела: 6 любопытных фактов об овуляции*» («Cosmopolitan» март 2019), «*Лучше раньше, чем никогда*» («Cosmopolitan» июнь 2019), «*Готовь сани летом, а тело – с осени!*» («Cosmopolitan» сентябрь 2019), «*Этот мир придуман нами*» («Glamour» октябрь 2019), «*Пьет – значит любит?*» («Cosmopolitan» июнь 2019), «*Кручу – верчу, скомбинировать хочу*» («Cosmopolitan» июнь 2019). По справедливому замечанию С.И. Сметаниной, процесс выбора «чужого» слова, безусловно, связан с индивидуальным вкусом, индивидуальными приоритетами, менталитетом пишущего, его энциклопедическим потенциалом [5: 133].

Проявление индивидуально-авторского стиля выражается также в использовании различных тропов: метафор и эпитетов («*Пришло время межкультурной бьюти-*

коммуникации - отсюда и брызги краски на лицах, и размазанная помада, и спутанные косы» («Glamour» июль 2019), «В парфюмерии новый тренд – тихие, неяркие, вежливые ароматы. Хочется сказать – политкорректные, и это неспроста: парфюмерия сегодня как никогда отражает социальные процессы» («Glamour» июль 2019), сравнений («Пышные локоны, как будто с полотен прерафаэлитов, никогда не выйдут из моды» («Glamour» июль 2019), иронии («Кто цветет пышнее гортензии на бабушкиной даче? Вы» («Glamour» июль 2019). Причем журналисты, наряду с воспроизведением уже готовых формул, часто повторяющихся на страницах глянцевого издания, стремятся к изобретению новых, оригинальных образных выражений, что, безусловно, усиливает авторское начало текстов.

Еще одним способом проявления авторского стиля в тексте является языковая игра. Видами игры с формой и содержанием слова служат имена собственные («Сильная **Ира** сего» (интервью с Ириной Хакамадой) («Cosmopolitan» июнь 2019), «Повелитель **Мухин**» (интервью с шеф-поваром Владимиром Мухиным) («Glamour» февраль 2019), «В двух **Томах**» (интервью с Томом Харди) («Glamour» февраль 2019), омофоны («**Браво, Коста-Брава**. Чем хороша Испания» («Cosmopolitan» сентябрь 2019) и омографы («**Уже уже не будет**. Самые модные джинсы года – ностальгический клеш – завоевали звездные гардеробные» («Glamour» февраль 2019), аллитерация («**Леди и лед**. Соблазн выйти на каток во всем блеске стразов и пайеток подождет до Олимпийских игр» («Glamour» февраль 2019), словообразовательная игра («**С ОРВИ голова**. Как укрепить иммунитет зимой и не только» («Glamour» январь 2019), «**Зимнее спа-сение**» (реклама косметических средств Swedish Spa от Oriflame), рифма («**Макияжу на пляже-быть или не быть?**» («Glamour» июль 2019), «**Эй, все о'кей**» (в каждом номере журнала «Glamour»). Такие приемы демонстрируют творческую активность журналиста, добавляющую тексту дополнительную экспрессивность.

Таким образом, приходим к выводу, что персонифицированный формат подачи сообщений различной тематики, проявляющийся как в субъективной модальности текстов, так и в индивидуально-авторском стиле, является доминантной чертой современных российских глянцевого журналов. Предпринятый в настоящей статье анализ обуславливает необходимость исследования жанровой системы современного медиадискурса, в частности дискурса глянцевого журналов, претерпевающей изменения под воздействием тенденции к усилению личностного начала.

Литература:

1. А.В. Полонский. Язык современных СМИ: культура публичного диалога // МИРС. 2009. №1. [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/yazyk-sovremennyh-smi-kultura-publichnogo-dialoga> (дата обращения: 15. 10. 2019).
2. Я.Н Засурский. «Идет персонификация в средствах массовой информации» (Интервью С. Уразовой) // ТелеЦентр: Журнал о современном телевидении, радио и цифровом кино. №2(16). 2006. С. 9–11.
3. О.М. Самусевич. Образ автора в современном медиатексте // Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского. Серия «Филология. Социальные коммуникации». Том 22(61). Симферополь, 2009. С. 666–670.
4. А.Н. Тепляшина. Глянцевый журнал: актуальные практики создания контента: [влияние глянца, ж-ла] // Мир лингвистики и коммуникации. 2016. Т.1, №43. С. 82–92.

5. С.И. Сметанина. Медиа-текст в системе культуры (динамические процессы в языке и стиле журналистики конца XX века): Научное издание / С.И. Сметанина. – СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2002. 383 с.
6. Л.Е. Кройчик. Система журналистских жанров // Основы творческой деятельности журналиста / Ред.-сост. С. Г. Корконосенко. СПб., 2000. 336 с.
7. О.М. Самусевич. Персонализация в журналистском тексте // Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского. Серия «Филология. Социальная коммуникация». Том 21 (60). Симферополь, 2008. N 1. С. 135–139.

УДК 101.1:316, ББК 88.3

О.Э. Иванова, Е.В. Рябинина
Olga Ivanova, Ekaterina Ryabinina
ivanovaoe@cspu.ru, ryabinina_ev@mail.ru

**Проблема идентификации личности представителей поколения iGen
в интернет пространстве***
The problem of identification of iGen generation identity in the Internet space

*Южно-Уральский государственный гуманитарно-педагогический университет
South-Urals State Humanitarian-Pedagogical University*

Идентификация - основной механизм развития личности и механизм построения идентичности. Идентичность – динамическая структура, которая подлежит постоянной верификации, что особенно важно в процессе становления личности представителей молодой генерации. Тот или иной тип стратегии идентификации и конструирования идентичности находит свое воплощение и опознается в индивидуальном проявлении. Те или иные стратегии идентификации поколения iGen и построения идентичности позволяет выявить и понять основные механизмы и детерминанты, которые в реальной жизни человека индивидуализируются тем или иным способом, складываясь в индивидуальную стратегию личности. Ни одна из идентичностей человека современного цифрового мира, ни вся совокупность идентичностей не исчерпывают полностью понятие личности, в частности, и поколения в целом. Так идентичность является конструктом, требующим объяснения и привлечения для этого дополнительных теорий (теория поколений), психологических моделей и конструктов (социально-психологические установки и смыслы). Данная статья предполагает раскрытие вопросов идентичности личности представителей поколения iGen и процесса идентификации, как неотъемлемой части социализации.

Ключевые слова: идентичность личности, процесс идентификации, установки личности, идентификация личности в процессе социализации, формирование установок личности в процессе идентификации на разных возрастных этапах.

This article deals with the disclosure of the iGen identity and identification process as an integral part of socialization. Formation of socio-psychological attitudes and meanings in the process of identification.

Key words: identity of a person, identification process, personality setting, identification of a person in the process of socialization, formation of personality setting in the process of identification at different age stages.

В современном динамичном обществе высокоэффективного знания высоко ценится подлинность и индивидуальность. На сегодняшний день мир переполнен идентичными товарами и услугами, которые являются продуктом коммерциализации повседневной жизни. Предложение, все в меньшей степени, обуславливается спросом, и все больше нацелено на конкуренцию и выживание предпринимательства как сегмента экономической реальности. Но проблема идентичности в обществе не

* Статья подготовлена при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 19-010- 00322 «Трансформация концепции управления человеком: осмысление отношения человека и организации в эпоху постиндустриализма в свете притока рабочей силы нового поколения».

сводится лишь к объектам экономической реальности, прежде всего она касается личности, как единой целостной системы.

Не вооруженным взглядом видно, что социальные сети, интернет среда переполнена персонифицированными предложениями, намекающими на индивидуальность личности, товара или услуги. Стремление показать свою уникальность достигло пика во всемирной сети. Это характерно не только для молодого поколения, но и для их родителей. Для того, чтобы найти причинность данному явлению необходимо обратиться к теории поколений предложенной У. Штраусом и Н. Хоувом [1], а также к вопросу формирования идентичности личности в процессе социализации и механизму смысловой регуляции поведения.

Говоря об идентификации, стоит затронуть контенцию идентичности.

Так, идентичность (от лат. *Identifico* – отождествлять) является неотъемлемым свойством психики человека, отражающим его представление о своей принадлежности к различным социально-экономическим, национально-религиозным, профессиональным, политическим, и другим группам, либо отождествление себя с человеком, имеющим характеристики и критерии, присущие этим группам или общностям.

Проблема идентичности рассматривается в трудах различных российских (В.Л. Абушенко [2], М.М. Бахтин, О. Гальченко, Д. Зинченко, И. С.Кон [3], А. Н. Крылов [4], Б.Г. Мещеряков, В. С. Малахов [5], В.А. Ядов и др.) и зарубежных ученых (Сэмьюэлз Э., Шортер Б., Плот Ф. [6], П. Рикер, З. Фрейд, Б. Шнейдер, Э. Эриксон, Д.Юм и др).

Д. Юм предположил, что идентичность проектируется извне и ее «существование» возможно лишь при поддержании через имя, репутацию, призвание и т.д. Образ Я, в его понимании лишь разнообразие различных восприятий [7].

В работах З. Фрейда мы можем столкнуться с объяснением идентификации, как бессознательного психологического процесса, в основе которого лежит отождествление личности с другим индивидом на основе влечения. Интересным является тот факт, что в процессе идентификации субъект как бы представляет себя тем другим, с которым происходит отождествление. В общих чертах, идентификация служит удовлетворению ситуативных потребностей личности [7].

Л.Б. Шнейдер разграничивает понятия идентичности и идентификации, рассматривая идентичность, как качественную определенность, а идентификацию как процесс ее приобретения [8].

Далее отметим, что В. П. Зинченко и Б. Г. Мещеряков в своих трудах, предлагают всестороннее рассмотрение понятия идентификации [9]:

– бессознательная проекция на себя чувств и качеств, другого человека недоступных, но желательных для себя (психоанализ);

– тождественность неизвестного объекта известному на основании совпадения признаков; опознание (когнитивная психология);

– отождествление личности с другим человеком, непосредственное переживание субъектом той или иной степени своей тождественности с объектом (социальная психология);

– отождествление себя с какой-либо (большой или малой) социальной группой или общностью, принятие ее целей и ценностей, осознание себя членом этой группы или общности (социальная психология);

– распознавание, опознание каких-либо объектов (в том числе людей), отнесение их к определенному классу либо узнавание на основании известных признаков (инженерная и юридическая психологии).

– это простейший механизм усвоения социального поведения и общественных ценностей детьми; уподобление значимому другому (например, родителю) как образцу поведения на основании эмоциональной связи с ним (возрастная психология);

– соотнесение себя с персонажем художественного произведения, проникновение в его смысловое содержание и эстетическое переживание в процессе познания;

Так, в широком смысле идентификация представляет собой неосознаваемое следование образцам, позволяющее преодолеть собственную слабость и чувство неполноценности [10].

Условно всю совокупность идентичностей можно разделить на два вида: естественные (этнические, расовые, территориальные, общемировые, видовые), не требующие организованного участия по их воспроизводству, и искусственные (национальные, профессиональные, договорные, конфессиональные, региональные, (суб)континентальные, сословные, классовые, зодиакальные, групповые,), постоянно нуждающиеся в организованном поддержании.

Придерживаясь мнения П. Рикера [11], о необходимости рассмотрения идентификации в «структуре времени», ибо бесконечная трансформация «образа Я» должна подтверждать свое отличие/сходство от/с «Они» определим влияние конкретных социальных институтов на формирование установок личности на различных возрастных этапах, которое позволит, в свою очередь, расширить понимание значимости идентификации в процессе социализации.

Основываясь на теории психосоциального развития Э. Эриксона, отметим, что идентификация рассматривается им не только в психологическом, но и социальном контексте, как организация «жизненного опыта в эго индивидуума», обеспечивая тем самым чувство «индивидуализации и идентичности» [12].

Следуя этим путем, попробуем соотнести фазы психосоциального развития человека с процессом формирования конкретных установок личности.

От 0 до 3 лет период естественных идентичностей, который представляет собой отождествление себя с видом *Homo Sapiens* и формирование базовых установок доверия/недоверия к миру, по средствам взаимодействия со значимыми взрослыми (родителями), копируя их формы поведения, эмоциональные реакции и образцы мышления. Стоит подчеркнуть, что когнитивный компонент установки в этом возрасте не отделяется от эмоционального и поведенческого.

Возраст 3-х лет характеризуется гендерной (сексуальная) идентификацией, которая подробно представлена в трудах З. Фрейда, идентификация с родителем своего пола и прививание определенной половой роли. На этом этапе мы наблюдаем формирование важнейших установок (программ) личности: самооценка и принятие

себя (половая самоидентификация), эмоциональное реагирование и формы взаимодействия с противоположным полом.

Период раннего и дошкольного детства (4-7 лет) включает начало социальной (нормы и правила поведения в обществе) «Ты плохо себя ведешь», «Ты вечно все ломаешь и портишь», «Ты самый лучший»; национальной (принадлежность к «своей» национальности) и религиозной (основы вероисповедания) идентичности «Мы не такие, как они».

С началом младшего школьного возраста (7-11 лет) продолжают свое формирование предыдущие идентичности и появляется социально-экономическая идентификация (отождествление своей семьи и себя, как неотъемлемой ее части, с другими бедными/богатыми семьями). В этой фазе возрастного развития когнитивный компонент психологических установок имеет смысловое подкрепление: «Они богаче чем мы», «У всех есть, а у меня нет», «Я не буду с тобой дружить, потому что ты беднее меня» и т.п. Направленность личности определяется ведущими установками. Основным социальным институтом формирования установок в этом возрасте является семья и школа.

Подростковый возраст и ранняя юность (12-18 лет) являются переломными периодами в развитии идентичности и прохождении процесса социализации. Социальная ситуация развития в данном возрасте основывается на принадлежности личности к социальной группе и занимаемом статусе в ней, поэтому процесс идентификации выходит на первый план. Одобрение со стороны сверстников подкрепляет формирование установок личности. Именно в этот период возникают четкие негативные/позитивные национально-религиозные, культурные, социально-экономические и другие убеждения. Сюда стоит отнести появление квин-идентичность (англ. Queer – «странный») – любая, не соответствующая традиционной, модель поведения и идентичность.

Период молодости (18-35 лет) характеризуется идентификацией в нескольких направлениях. Прежде всего, это социально-экономический аспект (сравнение себя с успешными друзьями, коллегами; карьерный статус; уровень благосостояния; наличие семьи); политический аспект (приверженность идеям политических партий и их взглядам), который приобретает яркую окраску и характерен для представителей сильного пола. СМИ и Internet диктуют определенные программы поведения и постановки приоритетов.

Зрелость (35-60 лет) как наиболее длительный этап жизненного пути, видится нам с позиции реализации тех программ, которые были получены ранее. Но процесс идентификации в большинстве случаев усиливается и отождествление происходит уже на бессознательном уровне, по-видимому это связано с принятием неизбежности судьбы и снижением уровня притязаний («Это моя участь», «Я уже не в том возрасте», «От судьбы не уйдешь»).

Поколение Z, как новый социально-экономический, психологический феномен интересует все большее число ученых. Поколение Z – это те, кто родился в 1995–2012

годах. Generation Z (iПоколение, «Homelanders», «Homeland Generation» или «New Silent Generation»).

Не останавливаясь на всех характеристиках представителей поколения Z, выделенных Д. Стиллманом [13], отметим лишь некоторые:

1. Цифровой мир. Представители поколения Z воспринимают реальный и цифровой мир единым целым. Виртуальный мир является частью их реального мира. Online 24/7.

2. Высокая степень персонализации. Поколение iGen стремится к поиску и созданию собственного имиджа, высока ценность индивидуализации во всем.

Эти две характеристики привлекли наше внимание с позиции цели исследования. Представители нового поколения являются интенсивными пользователями интернет ресурсов, они «подстегивают» состояние имиджа, бренда, селфи и персонализации.

Рассмотрев процесс формирования идентичности, обратимся к механизму регуляции деятельности, чтобы прицельно увидеть причины интенсивной персонализации. По сути, это вопрос почему люди делают то, что делают?

- удовлетворение потребностей (я хочу);
- реагирование на стимул (он первый начал);
- предрасположенность (стереотип поведения);
- социальная нормативность (все так делают);
- смысл, жизненная необходимость (мне это важно).

Смысловая регуляция рассматривается как система психологических механизмов, обеспечивающих сообразность протекания деятельности субъекта [14].

Таким образом, формирование смыслов на разных возрастных этапах, направляет процесс становления личности, способствуя ее адаптации к объективной реальности по средствам регуляции поведения.

Итак, мы видим, что смыслы приобретаются молодым поколением для интеграции себя с социумом и важность данного действия. Они формируют направленность личности в целом, определяя ее доминирующие мотивы и соответствующие им стили поведения. К положительным установкам следует отнести те, которые являются безусловной движущей силой в развитии индивидуальности личности. Отрицательные же, напротив, блокируют, замедляют, тормозят этот процесс и личность прибывает в «статическом» состоянии.

Литература:

1. Шамис, Е., Никонов, Е. (2016). Самое дорогое. Что стоит знать о ценностях поколений. Теория поколений в России [Электронный ресурс]. URL: <https://rgenerations.ru> (дата обращения: 10.03.2019).
2. Абушенко В. Л. Идентичность // Социология: Энциклопедия / Сост. А. А. Грицанов, В. Л. Абушенко, Г. М. Евелькин, Г. Н. Соколова, О. В. Терещенко. — Мн.: Книжный Дом, 2003. — С. 344—349. — 1312 с.
3. Кон И. С. В поисках себя: Личность и ее самосознание. М., 1984
4. Крылов А. Н. Эволюция идентичностей: кризис индустриального общества и новое самопознание индивида. — М: Издательство Национального института бизнеса, 2010. — 272 с.
5. Малахов В. С. Идентичность // Новая философская энциклопедия / Ин-т философии РАН. — М.: Мысль, 2010.
6. Сэмьюэлз Э., Шортер Б., Плот Ф. Идентичность // Сэмьюэлз Э., Шортер Б., Плот Ф.
7. Критический словарь аналитической психологии К. Юнга. — М.: МНПП «ЭСИ», 1994. — С. 58—59.
8. Идентичность: Хрестоматия / Сост.Л. Б. Шнейдер. М., 2003
9. Зинченко В. П., Мещеряков Б. Г. Психологический словарь. — 2-е. — М.: Педагогика-Пресс, 1999. — 440 с.

10. Ядов В. А. Социальные и социально-психологические механизмы формирования социальной идентичности личности // Мир России. 1995. № 3/4
11. Идентичность: Личность, общество, политика. Энциклопедическое издание / отв. ред. И. С. Семенов. – М.: Весь мир, 2017. – 992 с.
12. Эриксон Э. Идентичность: юность и кризис. — М.: Флинта, МПСИ, Прогресс, 2006. – 352 с.
13. Стиллман Д., Стиллман И. Поколение Z на работе. Как его понять и найти с ним общий язык М.: Манн, Иванов и Фербер, 2018. – 310 с.
14. Идентичность / Леонтьев Д. А., Савельева О. О. // Железное дерево — Излучение. — М.: Большая российская энциклопедия, 2008. — С. 695-696. — (Большая российская энциклопедия: [в 35 т.] / гл. ред. Ю. С. Осипов ; 2004—2017, т. 10).

УДК 37.022, ББК 74.26

О.М. Корчажкина
Olga Korchazhkina, olgakomax@gmail.com

Родной язык как инструмент «внутриличностной» коммуникации The Native Language as a Tool of “Intrapersonal” Communication

*Институт кибернетики и образовательной информатики ФИЦ «Информатика и управление» РАН
Institute for Cybernetics and Informatics in Education FRC “Computer Science and Control” of the Russian
Academy of Sciences*

В статье рассматривается роль родного (русского) языка во внутреннем речемыслительном пространстве учащегося, которое служит полем его деятельности при освоении нового знания и решения задач из различных предметных областей. Делается краткий обзор основных метапредметных функций языка, среди которых коммуникативная функция приобретает в настоящее время особое значение. Обосновывается важность коммуникативной функции языка как инструмента познания, определяющей работу всех остальных функций, поскольку с её помощью язык осуществляет «внутриличностную» коммуникацию – между мыслью и словом и далее – высшей психической и практической деятельностью.

Ключевые слова: родной язык, речемыслительная деятельность, речемыслительно пространство, метапредметные функции, «внутриличностная» коммуникация

The article focuses on the role of the native (Russian) language in the students' inner speech-cognitive space, which is considered as a field of their activity while developing new knowledge and solving problems from various subject areas. There is a brief overview of the main meta-disciplinary functions of the language, among which the communicative function is currently of priority. We substantiate the importance of the communicative function of the language as a tool of cognition, which triggers the work of all other functions, since with its help the language carries out “intrapersonal” communication – between a thought and a word that means the spread of the “intrapersonal” communication to higher mental functions and practical activities.

Keywords: native language, speech-cognitive activity, speech-cognitive space, meta-disciplinary functions, “intrapersonal” communication

Роль родного (русского) языка как языка межкультурной коммуникации в многонациональном и многоязыковом российском и постсоветском пространстве в целом хорошо известна, очевидна, никем не оспаривается, представляет интерес, активно обсуждается и развивается как в многочисленных научных исследованиях, так и продуктах СМИ. Эта объединяющая роль языка наиболее полно проявляется в поликультурном русскоязычном коммуникативном пространстве, где люди нашей страны и ближнего зарубежья, говорящие на разных языках, стремятся прийти к взаимопониманию в различных сферах общения: в политической, бытовой, профессиональной, сфере государственного управления, здравоохранения, сфере высокой и массовой культуры, даже в ряде случаев в сфере религиозной. Такая роль русского языка может быть названа метасоциальной, поскольку она затрагивает практически все области жизни человека как существа социального.

Однако особую роль русский язык играет в сфере образования, где его функция – не просто быть языком, на котором происходит обучение, на котором пишутся учебники, читаются лекции, проводятся уроки и семинары, проходят экзамены, защиты дипломных проектов и диссертаций.

Мысль о том, что «курс русского языка должен координироваться с другими предметами школьного курса, особенно с дисциплинами гуманитарного цикла для создания предметного воспитательного единства» [1, с. 245] не может подвергаться сомнению. Значительный шаг в этом направлении был сделан, когда в формат выпускных экзаменов за курс средней школы вернули сочинение, в котором аккумулируются не только знания учащихся в области филологии, литературы, истории, обществознания, но и проступает их ценностная ориентация как языковой личности, «результат актуализации философской составляющей смысложизненных концептов» [2, с. 150]. Однако эту межпредметную координацию не следует сужать только до воспитательной функции, которая является очень важной, но всё-таки весьма ограниченной. В школьном образовании на первом месте стоит обучающая роль языка, которая реализуется в процессе познания и подготовки учащихся к дальнейшей взрослой жизни. Эта роль может быть выражена его следующими функциональными возможностями (цит. по [3, с. 59]): язык способствует идентификации объектов окружающего мира, их классификацию и упорядочению сведений о нём; облегчает адаптацию человека в условиях окружающей среды; позволяет правильно оценить объекты, явления и их соотношение; дети в процессе овладения родным языком вместе с ним осваивают и обобщённый опыт предшествующих поколений; способствует координации и организации человеческой деятельности

Расширительная роль русского языка в междисциплинарном аспекте – как «предмета предметов», или как одного из метапредметов, представлена в ряде работ сотрудников кафедры общего и прикладного языкознания института филологии МПГУ [4-8]. Например, в рамках научно-методической деятельности Лаборатории междисциплинарных филологических проектов в образовании реализована система учебных дисциплин для студентов 3-5 курсов ряда факультетов по направлению «педагогическое образование» под названием «Язык как инструмент преподавания школьного предмета», которая варьируется в зависимости от специфики того или иного предмета [4]. Разработанная в МГПУ система дисциплин реализует метапредметные функции русского языка в школе, среди которых выделяются его *прямые функции* – как языка познания и языка приобщения к чтению и письменной культуре в целом, и *опосредованные функции*, к которым относятся коммуникативная, воспитательная, социализирующая и развивающая функции [5, с. 6-8].

Рассматривая роль русского языка в интегральном школьном обучении, в установлении межпредметных связей и согласовании между собою различных школьных дисциплин, а также приводя способы реализации коммуникативной функции языка в процессе обучения, А.Д. и Е.Я. Шмелёвы показывают на многочисленных примерах важность для понимания текстов вопросов терминологии и

значения слов родного языка в разных предметах [8]. Приведу подобные примеры из собственного опыта.

Глагол *чиниться*, впервые увиденный мной у А.С. Пушкина в неоконченном наброске «Участь моя решена. Я женюсь ...» [9, с. 344]: «Молодые люди начинают со мной *чиниться* <выделено мною – О.К.>: уважают во мне уже неприятеля», был понят только благодаря контексту и морфологии. Видимо, слово *чиниться* происходит от слова *чин*, который встречается также в словах *чиновник*, *чинопочитание*, и может означать *оказывать почтение, общаться с почтением, уважением*.

Или ещё один очень показательный пример, демонстрирующий непонимание значения слова *волочиться* в тексте романа М.Ю. Лермонтова «Герой нашего времени». В повести «Княжна Мери» слова Грушницкого «Я, правда, немножко *волочился* <выделено мною – О.К.> за княжной, да и тотчас отстал, потому что не хочу жениться, а компрометировать девушку не в моих правилах» [10, с. 387] школьник интерпретировал следующим образом: *у Грушницкого не было сил бегать за женщинами – он за ними волочился*.

О.Е. Дроздова ссылается на слова Ф.И. Буслаева, российского лингвиста, фольклориста, историка литературы и искусства, о важности ведения языковой работы учителями всех предметов, в результате которой русский язык превращается в «предмет предметов», развивающий у учащихся «способность выражаться легко, благозвучно, ясно, определённо, с толком и со смыслом», что необходимо для развития умственных способностей ребёнка [6, с. 35-36]. Тем не менее, автор подчёркивает, что работа учителей-предметников с русским языком не должна ограничиваться формированием грамотности и речевой культуры учащихся. Особую актуальность в настоящее время приобретает обучение смысловому чтению, которое, являясь антагонистом «быстрого чтения», так модного ещё лет 10-15 назад, заключается в способности глубоко погружаться в материал, извлекать не просто необходимую информацию, а *общественно значимые смыслы*, заложенные автором текста, подчиняя их индивидуальной цели, когда эти смыслы становятся компонентами индивидуального пространства личности.

В конце 1980-х годов выдающийся исследователь в области методики преподавания русского языка, доктор педагогических наук, профессор Г.Н. Пристипа предложил «рекомендации по обеспечению *единого речевого режима* в школе в рамках двух основных направлений: работа над терминологией и развитие связной речи учащихся» (цит. по [7, с. 20]). К сожалению, актуальность переосмысления на современном уровне понятия единого речевого режима в школе, очевидная для учителей и преподавателей русского языка и активно ими обсуждаемая, далека от профессиональных интересов других учителей-предметников, находящихся в узких рамках своих дисциплин. Тогда как новый взгляд на проблему единого речевого режима в школе, предложенный О.Е. Дроздовой и Е.А. Хамраевой как «комплекс мер, направленных на формирование универсальных умений, обеспечивающих развитие речевой, языковой и социокультурной компетенций участников образовательного процесса и способствующих созданию единой образовательной среды» [там же],

поможет решить многие задачи за счёт более эффективного использования коммуникативной функции родного языка.

Однако в рамках создания единого речевого режима в современной школе коммуникативная функция языка не может сводиться только к формированию уровня речевой культуры учащихся и их способности понимать тексты по различным предметам школьной программы – как литературные произведения, так и учебные тексты и формулировки предметных заданий. Л.С. Выготский подчёркивал, что мысль и слово не были даны человеку изначально: их связь проявилась там и в большей степени тогда, когда происходило становление человека как личности [11, с. 290]. Поэтому язык вступает в процессе познания как внутренний коммуникант личности, облекающий мысли в слова и затем слова – в мысли, понятия: «Слово почти всегда готово, когда готово понятие» (цит. по [2, с. 149]).

Развитие речи в процессе становления личности учащегося превращает процесс мышления в сложнейший психический процесс, в котором язык играет особую инструментальную роль: как на этапе взросления и развития, так и на этапе оформления результатов мыслительной деятельности. Инструментальную роль языка Бертран Рассел, британский философ, логик, математик и общественный деятель, описал следующей фразой [12, с. 70-71]: «Язык служит не только для выражения мыслей, но и делает возможными мысли, которые без него не могли бы существовать». В этих словах выражена роль языка как средства коммуникации, влияющего на мыслительную деятельность. Человек, как существо социальное, обладающее умениями устной и письменной речевой коммуникации, способен обращаться к различным её видам, а именно: иметь доступ к источникам информации и знания в любых вербальных и невербальных формах, в том числе, аудиовизуальных, и знаковых, обсуждать проблемные вопросы с другими людьми, аргументировать своё мнение, оспаривать мнение оппонента, принимать решение и пр., то есть демонстрировать активную познавательную позицию и собственные ценностные ориентации, без которых невозможно осуществление глубокой мыслительной деятельности.

Более того, в реальном процессе мыслительной деятельности человека, которая с помощью языка превращается в *речемыслительную*⁷⁷ [13], задействованы все высшие психические функции – логической памяти, целенаправленного мышления, творческого воображения, произвольных действий, речи, письма, счёта, осмысленных движений и процессов восприятия. Австро-британский философ и социолог Карл Поппер, выделяя особую роль языка в процессе мышления, напрямую связывает его развитие с высшей формой сознания – «ясным сознанием»: «Мы достигаем ясного сознания – или высшего уровня сознания – когда мы мыслим, особенно когда мы

⁷⁷ Например, речемыслительная деятельность определяется в [<https://mydocx.ru/7-14796.html>] как «процессы мышления и речи, выступающие как принадлежность сознания человека. Термин указывает на ментальное единство механизмов мышления и речи, но **не предполагает** <выделено мною – О.К.>, что речь выступает в качестве обязательной основы мыслительных процессов в сознании человека». Г.П. Щедровицкий, рассматривая мышление как деятельность, придерживался иной трактовки связи речи и мышления, согласно которой овладение речью поднимает мыслительные процессы на более высокий уровень, способствуя тем самым дальнейшему развитию речи.

пытаемся сформулировать наши мысли в форме утверждений и аргументов» [14, с. 173].

Таким образом, одной из важнейших составляющих коммуникативной функции языка является то, что она является связующим звеном между процессом мышления и процессом речи, а затем и деятельности, то есть *инструментом речемыслительной деятельности*, порождающей в свою очередь деятельность предметную, профессиональную. И в этом смысле коммуникативная функция языка смыкается с функцией языка как инструмента познания, поскольку с её помощью язык осуществляет внутреннюю, *«внутриличностную»* коммуникацию – между мыслью и словом и далее – высшей психической и практической деятельностью человека. Поэтому можно утверждать, что «внутриличностная» функция языка представляет собой первооснову всех остальных его функций, а во *внутреннем речемыслительном пространстве человека родной язык является основным коммуникационным инструментом*. Это свидетельствует о важнейшей роли родного языка в формировании языковой личности – значимой составляющей при становлении человека как разносторонне развитого субъекта.

Литература:

1. Юдина Н.В. Русский язык в XXI веке: кризис? эволюция? прогресс? [монография] / Н.В. Юдина. М., Гнозис, 2010.
2. Мишати́на Н.Л., Антропологическая лингвометодика: в поисках смысла, содержания и оценивания / Н.Л. Мишати́на, И.П. Цыбулько; под ред. Н.Л. Мишатиной. М., Издательство «Национальное образование», 2016.
3. Садохин А.П. Теория и практика межкультурной коммуникации: Учеб. пособие для вузов. М., ЮНИТИ-ДАНА, 2004.
4. Дроздова О.Е. О междисциплинарных филологических проектах в образовании // В книге: Математика и будущее педагогики. Сборник тезисов Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, посвящённой 425-летию Я.А. Коменского. Под редакцией Н.Р. Сабаниной. 2017. С. 60.
5. Дроздова О.Е. Метапредметные функции русского языка в образовательном процессе школы и вуза: проблемы и пути решения // В сборнике: Метапредметный подход в образовании: Русский язык в школьном и вузовском обучении разным предметам Сборник статей межрегиональной научно-практической конференции. Составитель О.Е. Дроздова. 2018. С. 4-12.
6. Дроздова О.Е. Русский язык как «предмет предметов»: миссия учителя-словесника // Учитель для будущего: язык, культура, личность. К 200-летию со дня рождения Ф. И. Булаева. М., Изд. МПГУ, 2018. С. 35-38.
7. Дроздова О.Е. Формирование единой речевой среды в современной школе на основе метапредметного подхода к обучению русскому языку // Актуальные проблемы современной методики преподавания русского языка в школе и вузе. Сборник трудов III Международной научно-практической конференции. 2018. С. 18-22.
8. Шмелёв А.Д., Шмелёва Е.Я. Русский язык как средоточие интегрального школьного обучения // Метапредметный подход в образовании: русский язык в школьном и вузовском обучении разным предметам. Сборник статей межрегиональной научно-практической конференции. Составитель О.Е. Дроздова. М., Изд. МПГУ, 2018. С. 64-76.
9. Пушкин А.С. Участь моя решена. Я женюсь ... / Сочинения. В 3-х т. Т. 3. Проза. М., Худож. лит., 1986. С. 341-344.
10. М.Ю. Лермонтов. Герой нашего времени / Избранные произведения в двух томах. Том 2. «Маскарад». Проза. М., Худож. лит., 1973. С. 290-419.
11. Выготский Л.С. Мышление и речь: психологические исследования / Л.С. Выготский; [предисл. Л.Ф. Обуховой]. М., Издательство «Национальное образование», 2016.
12. Рассел Б. Человеческое познание: Его сфера и границы: пер. с англ. / Б. Рассел. Киев, «Ника-Центр», «Вист-С», 1997.
13. Щедровицкий Г.П. Исследование речемыслительной деятельности. В кн. Мышление – Понимание – Рефлексия. М., Наследие ММК, 2005.

ББК 87.6:86.39, УДК (1:2)+(1:008)

М.В. Федорова, М.Б. Ротанова
Marina Fedorova, Mira Rotanova
marafed2204@mail.ru, miraborisovna@gmail.com

Смеховая культура и новая религиозность в киберпространстве Laughing Culture and the New Religiosity to Cyberspace

*Нижегородский государственный лингвистический университет им. Н.А. Добролюбова
Linguistic University of Nizhny Novgorod*

В статье авторы говорят о связи смеховых практик с религиозными. Подчёркивается, что смех изначально был связан с религиозными ритуалами. В настоящее время смеховая культура существует в форме киберсмеховой культуры. В статье рассматриваются особенности киберсмеховой культуры в процессе становления религиозности российской молодёжи. На основании проведённого анализа религиозных ценностей российской молодёжи отмечается, что киберсмех выполняет, во-первых, функцию десакрализации в отношении традиционных религий, во-вторых, способствует сакрализации обыденных явлений через игровые элементы. Одной из современных функций киберсмеха является карательная функция, выраженная в троллинге и кибербуллинге.

Ключевые слова: смеховая культура, киберсмех, новая религиозность, антиповедение, Интернет-мем, сакрализация.

In the article, the authors talk about the interrelation between religious and laughter practices. It is emphasized that laughter was originally associated with religious rituals. Currently, laughter culture exists in the form of a cyber laugh culture. The article discusses the features of cyber-laugh culture in the process of establishing the religiosity of Russian youth. Based on the analysis of the religious values of Russian youth, it is noted that cyber laugh performs, firstly, the function of desacralisation with respect to traditional religions., and secondly, contributes to the sacralization of everyday phenomena through game elements. One of the contemporary functions of cyber laughter can be referred to as the punitive one revealed through trolling and cyberbullying.

Key words: laughter culture, cyber laughter, new religiosity, antibehaviour, Internet meme, sacralization.

Ученые, изучающие генезис социально-культурных феноменов, неоднократно отмечали связь между такими явлениями, как смех и религиозность. Первая известная нам форма культурного смеха (архаический смех) непосредственно сопряжена с мифологией и ранними формами религии. В архаической и средневековой культурах смех и игры выполняли, как правило, функцию сакрализации, хотя часто сопровождалась девиацией (антиповедением).

Оформление киберпространства привело к тому, что все феномены социокультурной реальности (включая смеховую культуру и религиозность) подвергаются цифровизации. В массовой культуре глобального общества установка на развлекательность и игру является доминирующей, а само общество наделяется статусом «юмористического». Геймификация становится ключевой технологией и затрагивает все социально-культурные явления современности, в том числе и такую консервативную форму общественного сознания, как религия.

Целью исследования становится стремление проанализировать значение смеховой культуры информационного общества в процессе становления религиозности молодёжи РФ.

Рассмотрение смеха как религиозного феномена осуществляется с позиции феноменологии и, прежде всего, герменевтико-феноменологического метода М. Элиаде: его концепции крипторелигиозности и *homo religiosus* [1]. Главным источником эмпирических данных для нас стали результаты крупномасштабного исследования динамики ценностных ориентаций молодежи, проводимом в Нижегородской области с 2006 по 2018 гг. (более 10000 человек). Также в качестве эмпирического материала мы используем данные сайтов различных религиозных организаций, их групп в социальных сетях, (ВКонтакте, Twitter, Instagram и в Facebook), ряд каналов в мессенджерах (Telegram Messenger) и на YouTube. Особое внимание уделяется анализу молодежных сообществ, пабликов и групп в социальных сетях и мессенджерах.

Одной из доминирующих характеристик кберсмеха современности является его картельная функция, выраженная в гипертрофированности антиповедения. Смеховое антиповедение в киберпространстве выступает в формах троллинга, астротурфинга, кибербуллинга.

Проведённый нами анализ контента различных атеистических и религиозных групп в Фэйсбуке и ВКонтакте, а также анализ комментариев в этих группах показали, что религиозность становится одним из главных поводов для начала кибербуллинга. В подростковом возрасте, по данным компании Intel Security (McAfee) каждый четвертый подросток в России подвергался травле в соцсетях из-за своих религиозных взглядов [2]. И эта цифра не уменьшается с возрастом, более того, нами отмечено, что любая попытка заявить о своей религиозности в социальных сетях практически всегда (98%) встречает негативный отклик в комментариях. Это связано как с ростом девиантного поведения в сети, так и с тем, что религиозность самого человека претерпела изменения.

Под воздействием новых мировоззренческих установок (основные из них были заложены в этике постмодерна) границы сакрального и мирского смещаются. Человек обожествляет то, что ранее считалось мирским, профанным, обыденным и, наоборот, принижает то, что почиталось святым. Это выражается в процессах активного мифотворчества, которое мы можем наблюдать в массовой культуре современности. Данные процессы привели к тому, что для характеристики современной религиозности стал использоваться термин «новая религиозность».

В новой религиозности влияние игры возрастает. Это отчётливо проявляется в деятельности некоторых религиозных движений, например, в джедаизме. Также можно видеть, как возросло использование религиозной символики в играх, прежде всего в компьютерных. В большинстве игр религиозная символика используется для создания антуража, но есть игры, в которых есть возможность создавать свои религии или почувствовать себя Богом (Bible Rising, Black & White).

Таким образом мы видим, что информационные технологии меняют характер религиозности. В последнее время все чаще исследователи используют термин киберрелигия [3].

Социологические исследования феномена киберрелигии показали, что очень часто религиомейкеры (те, кто сознательно создает идеологическое оснащение новой религии) воспринимают свое участие в формировании киберрелигии как своего рода игру, увлекательную провокацию, троллинг.

Проведённое нами социологическое исследование показало, что среди современной российской молодежи показало достаточно много верующих (70%). Также наблюдается рост внецерковной религиозности, атеизма и негативного отношения к церкви. Также растет интерес к мистицизму, нетрадиционным формам религиозности, эзотерическим учениям. Молодые люди иногда даже не отдают себе отчета, что у них есть религиозные чувства, так как противопоставляют мистику и религию [4].

В ходе фокусированного интервьюирования было отмечено, что для подавляющего большинства молодых людей между религией и смехом нет связи. Единственный возможный вариант проявления смеха в религии, который они допускали, это смех над религией, выраженный в высмеивании религиозных представлений и традиций. Таким образом, мы видим, что смех выполняет в информационном обществе функцию десакрализации. Подтверждение этому тезису мы получили и при анализе контента основных молодежных групп в социальных сетях. Проведенный анализ наиболее популярных в соцсетях атеистических пабликов и групп показал, что подавляющая часть их содержания носит развлекательный характер. Основным объектом киберсмеховой культуры в данный момент становятся Интернет-мемы [5]. Около 35% Интернет-мемов, относящихся к религии - это текстовые мемы, имитирующие переписку (или представляющие настоящую переписку) между верующими и атеистами. Этот вид мемов наглядно демонстрирует особенности троллинга и кибербуллинга в сети. Большая часть мемов (65%) – это креолизованные мемы (эдвайсы, демотиваторы, фотожабы и др.). Их основной темой становится высмеивание религиозных взглядов, культов традиционных религий. Объектами насмешек становятся и религиозные деятели, и представители разных конфессий, и мифические, и легендарные персоналии (Ной, Будда, Христос, Мухаммед).

Таким образом, смеховая культура вступила в свой новый этап развития, который мы называем киберсмеховой культурой. В новой религиозности, формирующейся в глобальном информационном пространстве, где доминирует массовая культура, наблюдается изменение соотношения сакрального и профанного. То, что ранее было святым десакрализуется. И киберсмеховая культура играет в этом процессе важную роль. Обыденное наоборот начинает сакрализоваться (например, возникают культы брендов, знаменитых персоналий, формируются пародийные религии). В современном информационном обществе смех помимо функции десакрализации/сакрализации выполняет также компенсаторную, адаптивную, интегрирующую, коммуникативную и собственно развлекательную функции. Однако также он выполняет и карательную функцию, проявляющуюся в разных видах кибердевиации.

Литература:

1. М. Элиаде Священное и мирское. М.: Изд-во МГУ, 1994. 144 с.

2. О.В. Коповая Новые формы девиантного поведения подростков в современном информационном обществе Электронный научный журнал «Пензенский психологический вестник» 2016 №1 (6) URL.: <https://cyberleninka.ru/article/n/novye-formy-deviantnogo-povedeniya-podrostkov-v-sovremennom-informatsionnom-obschestve>
3. М. В. Федорова, М. Б. Ротанова Коммуникативные особенности религиозного дискурса в современном цифровом обществе // Социальные коммуникации: наука, образование, профессия. СПб.: СПбГЭТУ, 2019. № 1. С. 254-259
4. S.V. Ustinkin, M.P. Samoilova Dynamics of Youth Attitude to Migrants in the Nizhny Novgorod Region (Russia). Global Media Journal.2016. № 53. С. 8
5. М. Б. Ротанова, М. В. Федорова Интернет-мем и киберсмеховая культура в современном обществе // Социальные коммуникации: наука, образование, профессия. СПб.: СПбГЭТУ, 2019. № 1. С. 248-253

УДК 366.02, ББК 88.53

А.В. Чистяков
Anatoly Chistyakov, afrika28@yandex.ru

Социокультурный аспект адаптации личности к угрозам десоциализации в условиях цифровизации среды существования человека
Sociocultural aspect of personality adaptation to threats of desocialization in the conditions of digitalization of human environment

Шахтинский институт (филиал) ЮРГПУ(НПИ) им. М.И. Платова
Shakhty Institute (branch) SRSPU (NPI) named after M.I. Platov

Рассматриваются вопросы воздействия на личность современных информационных и сетевых технологий в виртуальном пространстве, а также пути противодействия социокультурным угрозам десоциализации личности при адаптации в цифровизированной среде существования человека, в том числе и в информационно-коммуникационной сети Интернет, путем создания комплексной системы регулирования и саморегулирования поведения личности.

Ключевые слова: социокультурные угрозы, человек, личность, среда существования, Интернет, информационно-коммуникационные технологии, виртуальное пространство, социализация, адаптация, цифровизация

The article deals with the impact on the personality of modern information and network technologies in the virtual space, as well as ways to counter sociocultural threats to the desocialization of personality in adapting to the digitalized environment of human existence, including in the information and communication network Internet, by creating a comprehensive system of regulation and self-regulation of personal behavior.

Keywords: sociocultural threats, person, personality, environment, Internet, information and communication technologies, virtual space, socialization, adaptation, digitalization.

Цифровизация среды существования человека с каждым годом только усиливается. Ключевыми областями внедрения новых цифровых достижений являются образование, наука, исследования, культура и средства массовой информации, которые и сами по себе выступают в качестве важнейших факторов и способствуют дальнейшему развитию цифровых технологий. Внедрение цифровизации происходит в рамках программы Правительства РФ «Цифровая экономика Российской Федерации».

Информационно-коммуникационная сеть Интернет развивается как социально-коммуникативной система передачи и восприятия информации. Это происходит с помощью вербальных и невербальных средств коммуникации в условиях межличностного и массового общения по различным каналам и создает совершенно непредвиденные проблемы, которые требуют постоянного мониторинга и поиска эффективных решений [1, 2].

Киберсоциализация человека, то есть социализация личности в киберпространстве, является современным сложившимся трендом. В процессе жизнедеятельности, под влиянием и в результате использования современных информационных и компьютерных технологий, происходит процесс изменения структуры самосознания личности. В результате использования ресурсов виртуальной социализирующей Интернет-среды и в процессе коммуникации с виртуальными агентами в киберпространстве происходит киберсоциализация человека. Бинарный контент Интернет-пространства влияет на личность как в позитивном, так и негативном аспектах. Дети, подростки, молодежь и люди более зрелого возраста могут стать жертвами Интернет-зависимости и продуцированными ею аддикций, что уже является общепризнанным фактом. Все вышесказанное играет важную роль в превенции социально-психологических проблем, оптимизации развития общества,

В цифровом пространстве среды существования человека одним из важнейших аспектов функционирования цифровой экономики и цифровизации является обеспечение максимальной защиты неприкосновенности частной жизни российских граждан, в том числе и их персональных данных.

Слабость или даже полное отсутствие правовых и этических регуляторов поведения в информационно-коммуникационной сети Интернет создает повышенную степень опасности для пользователей, входящих в виртуальное пространство. А это происходит ежедневно и ежечасно в учреждениях образования, науки и культуры, использующих современные информационные и компьютерные технологии, что требует разработки и применения обоснованных и эффективных рекомендаций по саморегулированию и регулированию поведения пользователей, входящих в виртуальное пространство информационно-коммуникационной сети Интернет.

Обеспечение личной безопасности стало актуальным именно в последнее время. Пользователь, входящий в информационно-коммуникационную сеть Интернет, не может в достаточной степени профессионально ограничивать или скорее контролировать свое поведение, так как не владеет основными, самыми элементарными навыками саморегуляции поведения в информационно-коммуникационной сети Интернет. В связи с этим, это поведение можно определить, как аддиктивное (зависимое) и бессознательное. Пользователь может превратиться в объект манипуляции, а в качестве социальных последствий можно отнести деформацию ценностных ориентаций, безнравственность и безответственность. Результатом таких негативных тенденций становится десоциализация личности.

В связи с этим необходимо исследовать пути и способы саморегуляции социально-коммуникативного поведения основных поведенческих типов (моделей) подростков и взрослых, которые являются основными пользователями информационно-коммуникационной сети Интернет. Наиважнейшей является разработка достаточно эффективных технологий саморегулирования и регулирования, которые бы сохраняли личностную идентичность, распознавали угрозы информационной и психологической безопасности, противостояли в сети Интернет информации, наносящей непоправимый ущерб нравственности.

При рассмотрении социокультурных проблем адаптации личности в условиях социализации и десоциализации можно выделить два ракурса рассмотрения личности: как объекта и как субъекта. Изменения среды существования человека, рассматриваемой сегодня как среды риска, изменяет и положение молодежи, получающей образование. В связи с этим становится актуальной необходимостью исследования широкого спектра проблем получения образования в информационно-коммуникационной сети Интернет, научной и культурной деятельности.

Вопросы социализации и десоциализации личности в среде существования человека давно находятся в сфере внимания исследователей [3,4]. Можно объединить основные угрозы прогнозируемого будущего, в зависимости от их природы, в несколько групп: политические, технологические, экономические и социокультурные.

В связи с запуском цифровой экономики - масштабной системной программы развития экономики последнего технологического поколения, включающей и цифровизацию образования, науки и культуры, актуализировались именно социокультурные угрозы среды обитания.

Необходима разработка системы противодействия социокультурным угрозам на основе прикладных технологий саморегулирования и регулирования поведения личности, сохранения личной идентичности, предупреждения личностной деформации и десоциализации личности. Назрела потребность в выработке рекомендаций по саморегулированию поведения личности в цифровизированной среде существования человека, в том числе и в сети Интернет, и верификация модели безопасного поведения без утраты множества функциональных особенностей, актуальных для эффективной жизнедеятельности, в учреждениях образования, науки и культуры, использующих современные информационные и компьютерные технологии. Социокультурная обусловленность решения вышеописанной проблемы предполагает необходимость всероссийской верификации.

Реализация данного подхода позволит углубить знания о социально-коммуникативных опасностях в условиях цифровизации среды существования человека, в том числе и в информационно-коммуникационной сети Интернет, а также в выработке эффективных и обоснованных технологий саморегулирования и регулирования поведения личности в условиях цифровизации среды существования человека.

Литература:

1. Чистяков А.В. Коммуникативные взаимодействия в он-лайновом и офф-лайновом пространстве // Формирование профессиональной культуры специалистов XXI века в техническом университете. Часть 3. Коммуникативное пространство профессиональной культуры: Коммуникативные стратегии информационного общества: Труды Международной науч.-практич. конф. 21-23 октября 2008 г. – СПб: Изд-во Политехн. ун-та, 2008. – Кн. 2. – С. 174-176.
2. Чистяков А.В. Воздействие современных информационных и сетевых технологий на социализацию личности в виртуальном пространстве // Контуры будущего: технологии и инновации в культурном контексте. – СПб.: Астерион, 2017.- С.177-180.
3. Чистяков А.В. Особенности социализации личности в виртуальном пространстве // Социология в системе научного управления [Электронный ресурс]: материалы IV Всерос. социологического конгресса / ИС РАН, ИПИ РАН, РГСУ. - М.: ИС РАН, 2012. - 1 CD ROM. - С. 1650-1651.
4. Чистяков А.В. Социально-коммуникативные возможности и опасности цифровизированного образовательного пространства // Коммуникативные стратегии информационного общества: труды X Международн. науч.-теор. конф., 26-27 октября 2018 г. – СПб.: ПОЛИТЕХ-ПРЕСС, 2018. – С. 153-156.

Трансформация человека в условиях информационного общества
Human Transformation in the Information Society

ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»
Financial University under the Government of the Russian Federation

Информационное общество в глобальном масштабе наряду с другими его качествами представляет собой единую человеческую цивилизацию с точки зрения информации, выступающей материальной основой реализации идей нового мышления. Одной из главных тенденций информационного общества является процесс информатизации. В статье рассматривается влияние данного процесса на трансформацию облика и сущности современного человека.

Ключевые слова: информационное общество, информатизация, гиперреальность, инфосфера, глобализация

The information society on a global scale, along with its other qualities, represents a single human civilization in terms of information, which serves as the material basis for the implementation of the ideas of new thinking. One of the main trends in the information society is the process of informatization. The article considers the impact of this process on the transformation of the face and essence of modern man.

Key words: information society, informatization, hyperreality, infosphere, globalization

Одной из главных тенденций развития в XXI веке является процесс информатизации, выступающим в качестве одного из векторов глобализации, означающим переход к более высокому уровню организации жизни и деятельности людей.

Информатизация призвана улучшить положение большинства людей в течение следующего десятилетия, однако существует опасность, что стремительное развитие информационных технологий, гиперреальности повлияет на то, что значит быть человеком, его способность проявлять свободную волю.

Уже сейчас существует поколение, которое провело всю свою жизнь в эпоху Интернета и смартфонов. Человек в информационном обществе предпочитает личному общению с близкими, друзьями, коллегами общение в социальных сетях, при помощи текстовых сообщений, что способствует увеличению уровня тревоги, депрессии и одиночества. Он иначе проводит свободное время, иначе ведет себя по отношению к религии, культуре, политике. Больше, чем предыдущие поколения, он одержим безопасностью, сосредоточен на терпимости.

Быстрое расширение интернет-коммуникаций за последние десятилетия оказало значительное влияние на появление новой среды, «инфосферы», в которой человек перестает быть изолированным объектом и становится информационным и начинает взаимодействовать как с биологическими объектами, так и с виртуальными [1]. Человек становится свободнее от ограничений своего физического местоположения и биологического тела. В этом смысле, если раньше наша точка зрения была фундаментально материалистической, то теперь она становится просто информационной: это значит взаимодействовать, общаться.

В социальной философии сущность человека рассматривается как совокупность общественных отношений, существующих в различные исторические эпохи развития цивилизации. На данном этапе развития информационного общества доминантой социальности становится глобальная информатизация, а основные социальные

потребности реализуются с помощью глобальной информационной среды. Из этого следует, что сущность современного человека трансформируется и теперь заключается в глобальном информационном обмене и информационном взаимодействии [2]. Свою сущность индивид перенес в гиперпространство, что послужило причиной отчуждения сущности от самого человека и общества в их традиционном понимании.

Современного человека постоянно окружают всевозможные гаджеты, заставляющие его балансировать между реальностью и виртуальным миром. Разница между тем, чтобы быть онлайн или офлайн стирается. Возникает острый вопрос: сможет ли человек справиться с растущим влиянием информационных технологий и сохранить себя как личность, или технологические изменения приведут к его полной трансформации.

Литература:

1. Floridi L. A Look into the Future Impact of ICT on Our Lives [Электронный ресурс]. / L. Floridi. – Режим доступа: https://www.researchgate.net/publication/220175462_A_Look_into_the_Future_Impact_of_ICT_on_Our_Lives
2. Нарыков Н.В., Дементьев С.А. Человек в информационной среде современного общества: амбивалентность природы и сущности информационного человека [Электронный ресурс]. / Н.В. Нарыков, С.А. Дементьев. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/v/chelovek-v-informatsionnoy-srede-sovremenno-go-obschestva-ambivalentnost-prirody-i-suschnosti-informatsionnogo-cheloveka>
3. Еляков А.Д. Современная информационная революция / А.Д. Еляков // Социологические исследования. 2003. № 10.
4. Ореховская Н.А. Массовое сознание как объект информационно-коммуникативных PR-технологий: монография / Н.А. Ореховская. – М., 2010. – Этносоциум.
5. Прохоров А. Интернет как новая глобальная индустрия: анализ, тенденции, прогнозы / А. Прохоров // Компьютер-пресс.–2001.– № 1.– 34-38 с.
6. Чугунов А.В. Теоретические основания концепции «Информационного общества»: Учебно-методическое пособие по курсу «Интернет и политика» / А. В. Чугунов. – Каф. Политологии философского ф-та СПбГУ. – СПб, 2000.
7. Twenge J.M. IGen. Why today's Super-Connected Kids are Growing up Less Rebellious, More Tolerant, Less Happy – and Completely Unprepared for Adulthood and What That Means for the Rest of Us. / J.M. Twenge. – USA, 2017.

УДК 378:37.017, ББК 60.0

В.В. Евсеев¹, Л.М. Волкова², В.Л. Погодина³

Vladimir V. Evseev, Ludmila M. Volkova, Valentina L. Pogodina
uznik_2001@mail.ru, volkovalm@bk.ru, vlpogodina@mail.ru

**Профессиональное и личностное развитие: культурологические аспекты
динамики образовательной среды вуза**
**Professional and personal development: cultural aspects of the dynamics of the
educational environment of the university**

Санкт-Петербургский Политехнический университет Петра Великого¹

Санкт-Петербургский государственный университет гражданской авиации²

Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайн³

Peter the Grete St. Petersburg State Polytechnic University

Saint- Petersburg state University of civil aviation

Saint-Petersburg State University of Industrial Technologies and Design

Смена парадигмы образования актуализирует необходимость переосмысления роли культурологических факторов формирования личности. Авторы анализируют динамику образовательной среды вуза, в которой происходят процессы индивидуализации технологий освоения

ценностей физической культуры, спорта и туризма, создаются предпосылки к созданию среды здоровьесбережения.

Ключевые слова: профессиональное образование, коммуникации, физическая культура, здоровье, потенциал личности, образовательная среда вуза.

A change in the paradigm of education actualizes the need to rethink the role of cultural factors of personality formation. The authors analyze the dynamics of the educational environment of the university, in which processes of individualization of technologies for the development of the values of physical culture, sports and tourism take place, the prerequisites for creating an environment of health conservation are created.

Key words: professional education, communications, physical education, health, personality potential, the educational environment of the university.

В связи с реализацией концепции четвертой промышленной революции и актуализацией проблемы повышения качества жизни человека наблюдается возрастающее внимание к значимости параметров социально-физического, психологического и эмоционального самочувствия человека и уровня его здоровья, благополучия. Использование физической культуры, спорта, туризма для поддержания уровня человеческого потенциала приобретает особую значимость. Двигательная активность представляют собой особый тип творческой деятельности, способствующий мобилизации функциональных и физических способностей человека. Исследования показывают, что существует тесная связь между уровнем физкультурно-спортивной деятельности, жизненной активностью личности и стремлением к созданию среды здоровьесбережения. Молодые люди, регулярно занимающиеся физической культурой и спортом, более дисциплинированы, серьезнее относятся к учебе, большинство из них включены в жизнь школьного, вузовского или рабочего коллектива [1]. Здоровье является не только важным социальным ресурсом, но и потенциалом личности, позволяющим быть конкурентоспособным в выбранной профессиональной и общественной деятельности. Оценивая состояние своего здоровья, люди «...не всегда могут привести объективную экспертизу». Собственная оценка здоровья выступает показателем адаптированности к условиям жизни, а также учитывает сложившиеся традиции, ценности, культуру [2, с. 118].

Изменение типов общественных и индивидуальных взаимодействий, повышение интеграционных взаимосвязей служит мощным импульсом использования адекватных каналов самореализации и сохранения экологии и безопасности человека [3, с.122]. Виды и формы физической и эмоциональной активности могут быть самые разнообразные, в том числе в последнее время стали привлекательны, например, событийный [4] и академический [5] туризм, экскурсии [6], фитнес и др. Освоение интеграционных технических и технологических достижений в социальной сфере, в данном случае в физкультурной отрасли, с одной стороны, предоставляют возможность широкого поиска амплитуд развития физических и функциональных возможностей и потребностей человека, а с другой - ставится на повестку дня вопросы сохранения безопасности самой личности и расширения адаптационных социализирующих факторов.

В современном обществе произошла эволюция к интенсивному типу образования, погруженному в общий культурный контекст, существующему в атмосфере растущей открытости общества, плюрализма ценностно-мировоззренческих установок и

парадигм жизни. Как подчеркивают исследователи, «современное образование не может навязывать индивиду какую-то единственную модель убеждений и норм, но оно может и должно готовить его к необходимости постоянно обучаться и изменяться» [7]. Индивидуализация образовательного процесса, учет психофизиологических особенностей и потребностей обучающегося, в совокупности с развитием e-педагогики, основанной на гибридных технологиях оффлайн- и онлайн-образования, виртуальной реальности, визуализации образовательной среды становятся доступными благодаря компьютерно-опосредованным мобильным коммуникациям и социотехническим средам [8].

Осмысление цифровой реальности позволяет личности эффективно использовать новые возможности электронных технологий. Внедряясь в образовательное пространство, новые технологии и инструменты приводят к его кардинальному изменению в соответствии с тенденциями развития цифровой культуры. Имеющиеся концепции физического воспитания требуют дискурсивных смысловых рядов, раскрывающих и углубляющих понимание физической культуры отдельного человека и ее роли в развитии общества. Причем, проблема духовного и ментального контента в физическом развитии человека особенно важна в современном мире. Следует учитывать, что информационно-технологическое наполнение и техническое обеспечение образовательного процесса в условиях масштабных инноваций будет меняться.

Как бы возникает противоречие между профессиональным и личностным развитием человека, которое выступает источником его саморазвития в рамках образовательной деятельности. Сама образовательная деятельность совмещает «профессиональную подготовку по требованиям социума» и «профессиональное развитие человека как ценности и цели» [9, с. 6]. Образование выступает как генератор ценностных ориентаций личности, общества в целом. Современные вузы помогают студентам усваивать социально-культурные ценности, общественные нормы и установки, образцы поведения, без которых невозможна ни успешная профессиональная карьера, ни реализация личностного потенциала в гражданском обществе.

Смена образовательных моделей обнаружила необходимость переосмысления функционального назначения физической культуры в формировании личности студента, развитии адаптивных способностей. Физическая культура и спорт – это важный ресурс воспроизводства личности, мощный социальный феномен и важное средство поддержания здоровья личности. Сфера физической культуры представляют собой особый тип творческой деятельности, способствующий умелой мобилизации функционального и двигательного потенциала человека. Физическая культура также широко используется для стабилизации стрессовых состояний и организации полноценного отдыха. Освоение потенциала ценностей и технологий культуры физической должны рассматриваться в качестве мощного внутреннего стимула саморазвития личности, «как глобальная платформа самореализации личности» [10, С.

58]. Проблемы модернизации образовательного процесса в сфере физического воспитания находится в поле зрения научного сообщества [11, 12, 13, 14, 15].

Особую роль в формировании и гармонизации физического и интеллектуального потенциала студентов в вузе, приобретает новое педагогическое направление – это внедрение в процесс физического воспитания студенческой молодежи спортивной культуры [16]. Спортивная культура представляет собой спортивно-ориентированное физическое воспитание студентов, на основе конверсии современных научно-методических достижений и накопленного опыта спортивной подготовки спортсменов, где предоставляются большие возможности развития индивидуальных задатков, реализации личностных установок, потребностей, притязаний и интересов у молодежи. Использование в физическом воспитании студентов научно-технологических достижений спортивной культуры оказывается, как представляется, наиболее перспективным путем развития учебного процесса в ВУЗе. Обновление учебного процесса по физическому воспитанию студентов на основе использования спортизированного подхода, может существенно усилить его социализирующую и культурологическую составляющую.

Литература:

1. 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.
2. Поздеева Е.Г. Социальные детерминанты здоровья студенческой молодежи // 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. 116-121.
3. 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.
4. Васильева О.О. Событийный маркетинг в системе организации спортивных мероприятий. // Инновации. Менеджмент. Маркетинг. Туризм. 2013. № 1. С. 32-35.
5. Матвеевская А.С., Погодина В.Л. Участие России в развитии академического туризма на евразийском пространстве // Евразийский юридический журнал. 2016. №7(98). С. 44-46.
6. 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.
7. Самыгин С.И., Нечипуренко В.Н. Философско-методологические основы педагогики высшей школы // Контекст и рефлексия: философия о мире и человеке. 2015. № 4-5. С. 24–39
8. 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.
9. Слободчиков В.И., Зверев С.М., Шеин А.В. Профессиональное образование в ловушке модернизации // Психология обучения. 2013. № 11, С. 5-19.
10. Евсеев В.В. Информационная среда развития физической культуры // Технологии PR и рекламы в современном обществе Материалы XII Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2017. С. 58-60.
11. Волков В.Ю., Волкова Л.М. Современные информационно-диагностические технологии в практике физического воспитания // Физическая культура, спорт и здоровье. 2014. № 23. С. 17-20.
12. Евсеев В.В., Волкова Л.М., Поздеева Е.Г. Физическая культура в создании среды здоровьесбережения // 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 Политехи, ун-та, 2018. С. 19-22.

13. Волкова Л.М., Голубев А.А., Митенкова Л.В. Пути повышения мотивации к занятиям спортом в студенческой среде университета гражданской авиации // Физическое воспитание и студенческий спорт глазами студентов материалы II Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, посвященной 85-летию КНИТУ-КАИ. Издательство: Фолиант. 2016. С. 85-88.
14. Матвеевская А.С., Погодина В.Л. Новые объекты туристского интереса и их отражение в реестре туристских ресурсов Санкт-Петербурга // Туризм и образование: исследования и проекты материалы Всероссийской научно-практической конференции. Издательство: Петрозаводский государственный университет (Петрозаводск). 2017. С. 44-50.
15. Тараканова Т.С., Погодина В.Л. Содержание и основные характеристики технологической проектно-туристской компетенции // Географическая наука, туризм и образование: современные проблемы и перспективы развития. Материалы IV Всероссийской научно-практической интернет конференции. Новосибирск, 2015. С. 223-226.
16. 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.

УДК 316.77, ББК 60.0

Э.Б. Миннуллина
Elina Minnullina, elinafil@mail.ru

Воздействие социальной рекламы на поведение человека: актуальные проблемы The Impact of Public Service Announcement on Human Behavior: Current Issues

*Казанский государственный энергетический университет
Kazan State Power Engineering University*

Цель социальной рекламы – изменение установок людей, формирование новых моделей поведения в значимых сферах общества. Снижение эффективности ее воздействия обусловлено рядом причин социально-психологического характера: она слабо привлекает внимание консервативно настроенных людей, негативно воспринимающих ее содержание, она не говорит о путях психологической борьбы с отрицательными проявлениями, используемые в ней технологии перестают быть актуальными.

Ключевые слова: социальная реклама, воздействие, установки, поведение, когнитивный диссонанс, фрустрационная технология.

The purpose of social advertising is to change people's attitudes, to form new models of behavior in significant areas of society. The decrease in its impact effectiveness is due to several socio-psychological reasons: it weakly attracts the attention of conservative people who don't perceive its content, it does not talk about the ways of psychological struggle with negative effects, technologies used cease to be relevant.

Keywords: public service announcement, impact, attitudes, behavior, cognitive dissonance, frustration technology.

Тема эффективности социальной рекламы связана с фундаментальным вопросом воздействия СМИ на сознание аудитории (задача изучения этого феномена ставилась практически всеми исследователями процессов социальной коммуникации от Г. Д. Лассуэлла до Дж. Брайанта). Социальная реклама как особый вид привлечения внимания широкой общественности к наиболее актуальным проблемам, как способ *формирования* общественного мнения и *изменения* поведения людей и как, наконец, важный «элемент гражданского общества» [1], отражающий его ценностные установки и манифестирующий приоритетные сферы, может сегодня хорошо продемонстрировать нечувствительность человека к воздействию средств массовой информации.

Дело не столько в «отсутствии единой политики по размещению социальной рекламы и госзаказа от федеральных ведомств», низком качестве продукта и других

схожих проблемах некоммерческого сектора, о которых говорилось в рамках круглого стола «Актуальные проблемы и законодательные инициативы по размещению социальной рекламы в СМИ и рекламном пространстве современной России» в 2017 году, сколько в социально-психологической специфике отрасли, в том, что еще Дж. Клаппер [2] в 60-е годы XX века связывал с ограниченным воздействием СМИ. По мнению американского теоретика, уже сложившиеся привычки могут подкрепляться с помощью массмедиа, а новые установки изменяться или формироваться не могут, то есть социальная реклама не смогла бы сделать безответственного человека ответственным, а у ответственного она бы просто усилила уверенность в его правоте.

Влияют ли массовые сообщения на потребителя? Да, влияют (Клаппер с этим не спорил), на это указывают ряд современных исследований, например [3, 4]. По данным соцопроса ВЦИОМ в 2018 году, значительная часть населения (77 % респондентов) полагает, что социальная реклама оказывает воздействие на аудиторию [5]. 50 % опрошенных считают, что она должна быть направлена на борьбу с наркоманией и алкогольной зависимостью, 49 % обозначили в качестве наиболее значимой задачи социальных сообщений – борьбу с насилием в семье. Вопрос заключается в том, можно ли с помощью социальных рекламных сообщений создать новую установку, модель поведения, новое отношение. В ходе изучения корреляции актуальной эффективности социальной рекламы и эффективности ее восприятия, проведенного Э. Бигсби и Дж. Капелла в 2012 году [6], было выявлено, что сам момент оценки («реклама заставляет меня задуматься о...») может детерминировать изменение установок в будущем, соответственно, анализ восприятия рекламы имеет научно-практическую ценность. На этом основании можно заключить, что реакция на сообщение есть количественный сдвиг, а последовательность сдвигов приводит к качественным изменениям.

Однако воздействие рекламы не сводится к чисто бихевиористской зависимости. В общезначимых сферах (семья, здоровье, гуманность, взаимопомощь, забота о природе, безопасность) процессы информирования и принятия решений отличаются, и эффективность сообщений зависит от объекта рекламы, а следовательно, характера поведения целевой группы, что требует отдельного системного осмысления. Вместе с тем, можно выделить ряд общих проблем социальной рекламы:

1. Социальная реклама привлекает внимание в большей степени социально ответственных людей, которые знают о конкретной проблеме и оценивают ее как острую, и в меньшей степени людей, которые не считают рекламное послание важным. Существует часть аудитории, которая в случае когнитивного диссонанса игнорирует сообщения, например, курильщик, который не обращает внимания на призыв «не кури, это вредно!». Сложность заключается в том, что необходимо изменить поведение человека, который не считает это нужным.

2. В социальных сообщениях передается информация о том, что нечто делать плохо (или нужно что-то делать хорошо), но в них не говорится, как справиться с негативными проявлениями и достичь позитивного изменения. Так, одна из целевых групп рекламы против домашнего насилия – жертвы, которых призывают не терпеть и

рассказывать о проблемах. Однако рассказать – значит преодолеть целый комплекс личностных особенностей, в том числе «запрет на проявление эмоций»: люди, пережившие насилие, часто «замыкаются в себе» [7], что отчасти укоренено в традиционном русском дискурсе и моделях социоречевого поведения («сор из избы не выносят»).

3. Реклама направлена на изменение существующей модели поведения, вместе с тем, «легче и проще сформировать новую модель поведения, чем изменить уже сложившуюся» [8]. В определенной мере социальная реклама нуждается в градации задач, причем не только коммуникационного, но и социально-психологического характера. Требуется совокупное воздействие различных средств и каналов, применение интегрированного подхода к коммуникации с целевыми группами.

4. Одной из распространенных технологий воздействия социальной рекламы является апелляция к чувству страха, что не всегда имеет нужный результат. Эффективность фрустрационной технологии спорна. Как известно, в ситуации когнитивного диссонанса в сознании человека формируются защитные механизмы, которые не позволяют усваивать информацию, например, индивид может избегать просмотра запугивающего видеоролика.

5. Реклама затрагивает одни и те же проблемы, по отношению к которым внимание людей притупляется. Это вызывает необходимость смены коммуникативных стратегий и обновления методов.

Таким образом, социальная реклама направлена на изменение установок человека, что само по себе представляет собой сложный многоступенчатый многофакторный процесс, предполагающий использование определенных «социально-коммуникативных технологий» [9]. Проблематичность «попадания» в консервативно настроенных людей, не воспринимающих сообщения, отсутствие конкретных рецептов и процедур решения внутренних проблем, избыточность фрустрационных технологий, неактуальность тем – вот ряд социально-психологических причин снижения ее эффективности. Успешность данного информационного инструмента зависит от того, насколько продуманно она применяется наряду с другими способами воздействия.

Литература:

1. Буренков И. Социальная реклама – это составляющая гражданского общества. Электронный ресурс. URL: http://www.socreklama.ru/analytics/list.php?ELEMENT_ID=399&SECTION_ID=108 (проверено: 19.10.19).
2. Joseph T. Klapper. Glencoe, Illinois: The Free Press, 1960. 302 pp.
3. Селезнев В.Н. Исследование социально-психологического воздействия щитовой рекламы // Вестник московского государственного областного университета. Серия. Психологические науки. 2018. № 3. С. 115-127.
4. Шовина Е.Н. Эффективность социальной рекламы (на примере Мурманской области) / Проблемы развития территории: вып. 2 (70), 2014. С. 137-148.
5. Социальная реклама. Опрос ВЦИОМ // Электронный ресурс. URL: https://wciom.ru/fileadmin/file/reports_conferences/2018/2018-04-17_soc.pdf.
6. Bigsby E., Cappella J., and Seitz H. Efficiently and Effectively Evaluating Public Service Announcements: Additional Evidence for the Utility of Perceived Effectiveness. Communication Monographs. Volume 80, 2013. Issue 1.
7. Шукшина Л.В. Личностные особенности женщин, переживших насилие // Международный научный журнал «Инновационная наука». 2016. № 3. С. 227.
8. Шовина Е.Н. Там же. С. 139.
9. Гавра Д. П. Социально-коммуникативные технологии: сущность, структура, функции // Петербургская школа PR: от теории к практике. СПб, 2003.

«Приложения» и отчуждение: эмоциональный капитализм
«Apps» and alienation: emotional capitalism

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

Автор обращает внимание на возникшее противоречие в новой цифровой коммуникации. Так, приложения, которые расширяют сферу коммуникации и общения индивида и служат свободному поиску партнеров и друзей, по воле программистов имеют алгоритмы, ограничивающие свободу поиска. На смену капитализма производственного приходит капитализм эмоциональный, событийный, когда инвестиции в отношения становятся проектом собственной жизни.

Ключевые слова: Интернет-приложения, отчуждение, интернет-этика, non-digital life, эмоциональный капитализм.

The author draws attention to the contradiction which has arisen in the new digital communication. Thus, applications that expand the scope of communication of the individual and serve the free search for partners and friends, at the will of programmers have algorithms that limit the freedom of search. Production capitalism is replaced by emotional capitalism, event capitalism when investments in relationships become a project of one's own life.

Keywords: Apps, alienation, Internet ethics, non-digital life, emotional capitalism.

«Человеческий капитал», «инвестиции в отношения», «эмоциональный труд», «событийный капитализм» – эти устойчивые словосочетания демонстрируют, что сфера сугубо личных отношений и ответственности превратилась в некий «производственный» процесс, способ производства. Способность создавать произвольные отношения, личный свободный выбор загоняются в рамки рациональных стратегий. Кроме этого, благодаря дейтинговым приложениям Tinder, Grindr, Vumble и другим подобным, постоянные пользователи «строят свою любовь» и дружбу строго по расписанию, повинаясь рекомендациям программ, которые совершают отсев огромного количества людей, как возможных партнёров.

Чисто технические огромные возможности коммуникации, оборачиваются страхом потери свободы и, заведомо нереалистическими претензиями к выбору партнера. Проблема имеет внутреннее противоречие: эмоциональных отношений хочется при минимальных рисках, рациональных расходах времени и ресурсов. И эта своеобразная «формула любви» рождается не в авантюрно-шарлатанской голове графа Калиостро, а в среде программистов. [1] Спонтанное знакомство и спонтанное общение заведомо пресекается, поскольку в анкетных формах уже указывается ряд ограничений, кроме этого, в программу поиска заводятся персональные опции.

Расследования в зарубежных СМИ заставили рассекретить алгоритмы приложения (Tinder), которое собирало огромное количество данных о пользователях по всем социальным сетям, в основном, из Фейсбука. Вам кажется, что всё произошло случайно, а в реальности, на основании полученных данных, вам выставляется определённый индекс и в соответствие с ним ищется партнер. И есть ещё один «нюанс»: индексы для мужчин и женщин рассчитываются по-разному.

Возникает этическая проблема, связанная с личностью программиста: какова его система ценностей? Кто может знать мотивы автора приложения или компьютерной

игры? Так, алгоритмы подобных приложений сочиняют люди вполне определённого социального статуса, пола, образования. В основном, это узкая прослойка власть имущих мужчин, которые сортируют нас по категориям и решают, как мы будем жить. Так в Тиндере, за указанные в анкете, высокий уровень образования, дохода и возраст, женщинам очки снижались, а мужчинам наоборот повышались. Целью алгоритма было создавать пары, где мужчина заведомо был бы выше по статусу. Социальные модели выбора всегда были (родители, церковь, коммуна), но проблема заключается в том, кто распределяет эти механизмы.

Параллельно транслируется идея о недопустимости чувства одиночества, умении человека экономически и эмоционально обеспечивать себя самому, то есть психологизированно управляемые эмоции становятся показателем успешности. В условиях «текущей современности» (З.Бауман), «общества риска» (У.Бек), «общества неопределённости» (Е.Иллюз) происходит переход от долгосрочных производственных процессов к процессам в виде «события», «проекта», «коллоборации». Вы не знаете, что будет дальше, вы готовы переключаться с одного проекта на другой, работать с новой командой, менять место жительства. Жизнь вне цифрового мира и общения становится роскошью (non-digital life), накопление перетекает в реальные переживания (эмоциональный капитализм). [2]

Литература:

1. 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
2. Illouz, Eva. Cold Intimacies: The Making of Emotional Capitalism. London: Polity Press - 2007.

ББК 159.9.07, ББК 88.5

С.Д. Гуриева, Т.И. Ильина
Svetlana Gurieva, Tatyana Ilina
gurievasv@gmail.com, tatilina91@gmail.com

Психологический аспект удовлетворённости браком Psychological aspect of satisfaction marriage

*Санкт-Петербургский государственный университет
Saint Petersburg State University*

Цель исследования: изучение особенностей удовлетворённости браком. В исследовании приняли участие 36 семейных пар. Из ответов для каждого испытуемого было составлено по два «портрета». Выявлена связь между удовлетворенностью браком и близостью взаимных представлений: чем меньше ошибка восприятия, тем выше уровень удовлетворенности браком – как для женщин, так и для мужчин. Подтверждена гипотеза о снижении уровня ошибки восприятия с течением времени. Таким образом, близость взаимных представлений является индикатором уровня удовлетворенности браком.

Ключевые слова: удовлетворенность браком, супружеские отношения, взаимные представления, образ партнера.

For studying the peculiarities of mutual perception in married couple, we conducted examining the relationship between marriage satisfaction. The study involved 36 couples. From the answers for each subject, two “portraits” were compiled. The connection between satisfaction with marriage and the closeness of mutual ideas was revealed: the smaller the perception error, the higher the level of satisfaction with marriage, for both women and men. The hypothesis of a decrease in the level of perception error over time was confirmed. Thus, the proximity of mutual representations is an indicator of the level of satisfaction with marriage.

Keywords: democracy, satisfaction with marriage, matrimonial relations, mutual representations, image of the partner.

Изучение социально-психологических аспектов удовлетворённости браком, особенностей построения эффективных моделей взаимодействия в семье привлекает повышенное внимание социальных психологов. Вопрос актуальности и востребованности теоретических и практических знаний в области построения и функционирования семьи как ячейки современного общества не является дискуссионным и спорным. Однако область изучения супружеского взаимодействия, удовлетворенности отношениями в браке является сложной проблемой, не столько для последующего анализа, сколько для сбора первичной информации об изучаемом феномене. Следует признать, что семья – это сфера функционирования и взаимодействия супругов, прежде всего. Под супружескими взаимоотношениями понимается совокупность социально регламентированных отношений между брачными партнерами (Обозов Н.Н.). Тем не менее, социально-психологическое изучение семьи как ячейки современного общества определяется функционированием различных подходов, концептуальных взглядов, наличием большого феноменологического поля, с использованием разнообразных критериев, индикаторов. Соответственно, можно выделить множество факторов, оказывающие влияние на самочувствие и работоспособность человека – это и состояние физического здоровья [5], уровень мотивации [1; 2], экологическая ситуация [11], политическая ситуация в стране [9]. Изучение такого сложного феномена как взаимоотношения между людьми неизбежно сопровождается, пожалуй, главной проблемой, существующей на стыке прикладной и теоретической психологии, и суть ее - в определении научными терминами, доступными для измерений и классификаций, переживаний реальных людей [10], [6].

Цель предполагаемого исследования заключается в изучении взаимосвязи восприятия супругами друг друга и удовлетворенности браком. Особое внимание мы уделили таким элементам общения, как способность субъекта общения понимать собеседника, наделять его ожидаемыми качествами и реагировать на соотнесение собственного представления человека о себе с тем, каким, по его мнению, он видится другим. Главной идеей исследования стало рассмотрение связи удовлетворенности браком и соответствия представлений супругов друг о друге, используя ряд методических разработок [3; 4; 7; 8].

Мы ставили перед собой в качестве основной задачи проверить, становятся ли те супруги, которые лучше чувствуют потребности друг друга, более счастливыми в браке? На наш взгляд, такая постановка вопроса дает возможность строить более перспективные с практической точки зрения предположения о том, что работа с взаимопониманием в паре может улучшить удовлетворенность браком, сделать его более благополучным. Особенностью исследования стала необходимость сформировать целостный образ каждого испытуемого – как собственный, так и глазами партнера. Использовался «Семантический дифференциал» [18], методика «Ведущий ресурс», методика «Личностный опросник Лири» [3]. Степень различий между портретами супругов выражается как разница векторов. Иными словами, этот

показатель отражает степень несоответствия портретов друг другу. Соответственно, чем выше значение разницы – тем существенней несоответствие портретов: жены глазами ее мужа и ее собственной оценки себя.

Используя графическое представление результатов, качество различий может отражаться в том, в какую сторону отклоняется вектор «автопортрета» испытуемого от вектора его оценки партнером. Отклонение можно выразить как угол между векторами. Этот параметр позволяет судить о том, существует ли качественное различие в оценках партнерами себя и друг друга и дает возможность избежать ситуации, когда наложение ошибок восприятия друг на друга даст нулевое значение разности векторов, но не будет означать реального совпадения оценок. Применение этих методик дало возможность особым образом рассматривать полученные данные и сделать ряд любопытных и очень ценных выводов.

1. Женщины, в целом, имеют тенденцию к большей ошибке восприятия, чем мужчины. Это означает, что представление женами того, как их мужа воспринимают понятие «семья» искажено в большей степени, чем аналогичное представление мужчин об образе семьи в глазах их жен. Строя предположения о ведущем ресурсе супруга, мужа и жены в равной степени склонны к ошибке восприятия.

2. В двух из трех случаях мужчины оказываются склонны лучше понимать своих жен, чем жены – мужей. Это обстоятельство стоит учитывать, в частности при работе психолога-консультанта с каждой конкретной парой, однако не отрицая при этом значение индивидуальных особенностей.

Литература:

1. Гуриева С.Д., Тарарухина О.В. К проблеме изучения межличностных отношений в социальной психологии // Вестник Северо-Осетинского государственного университета имени Коста Левановича Хетагурова. Издательство: Северо-Осетинский государственный университет им. К.Л. Хетагурова (Владикавказ). 2016. № 1, с. 101-108.
2. Гуриева С.Д., Борисова М.М. Доверие как социально-психологическое явление // Вестник Санкт-Петербургского государственного университета, Санкт-Петербург, Изд-во Санкт-Петербургского университета Сер. 12. Вып. 4. Психология. Педагогика. 2014. С. 126-136.
3. Диагностика межличностных отношений: методические указания / Сост. В.В. Быкова. Томск: Изд-во Том. гос. архит.-строит. ун-та, 2011. 14 с.
4. Келли Г., Тибо Дж. Межличностные отношения. Теория взаимозависимости // Современная зарубежная социальная психология. М.: Изд-во МГУ, 1984. С.21-27.
5. Преамбула к Уставу (Конституции) Всемирной организации здравоохранения
6. Психология общения. Большой энциклопедический словарь. Под ред. А. Бодалева. — М.: Когито-центр, 2011. — 2280 с.
7. Столин В.В., Романова Т.Л., Бутенко Г.П. Опросник удовлетворенности браком // Вестник МГУ. Сер. XIV. Психология. 1984. №2. С. 54-61.
8. Фетискин Н.П. Методика личностного дифференциала (вариант, адаптированный в НИИ им. В.М.Бехтерева) // Козлов В.В., Мануйлов Г.М. Социально-психологическая диагностика развития личности и малых групп. М., 2002. С.20-22.
9. Хоманс Дж. Социальное поведение как обмен // Современная зарубежная социальная психология. М.: Издательство Московского университета, 1984. С.83-91.
10. Щепанский Я. Элементарные понятия социологии. М.: Прогресс, 1969. 240с.
11. Flanders J.P. A General Systems Approach to Loneliness // Loneliness: A Sourcebook of Current Theory, Presearch and Therapy / Ed. by A. Peplau, D. Perlman. N.Y., 1982.

**Личность как проводник модных тенденций:
принципы формирования трендов в сетевом сообществе**
**Personality as a conductor of fashion trends: principles of formation of trends in the
network community**

Уральский государственный архитектурно-художественный университет
Ural State University of Architecture and Art

Данная статья посвящена исследованию специфики понимания личности фэшн-блогера как одного из самых влиятельных инструментов и эффективного проводника модных тенденций, описанию его ключевых характеристик и основных принципов формирования трендов в сетевом сообществе. Целью этого исследования является фиксация изменения формирования модных трендов и появления новых факторов в связи с развитием сетевого сообщества. В результате исследования можно прийти к выводу о том, что лидирующая личность в информационном мире, а именно, в сетевом сообществе может являться профессионалом в сфере индустрии моды и транслировать тренды в глобальных масштабах.

Ключевые слова: личность, сетевое сообщество, модные тренды, индустрия моды, фэшн-блогер.

This article is devoted to the specifics of understanding the personality of a fashion blogger as one of the most influential tools and an effective conductor of fashion trends, describing its key characteristics, and also exploring the basic principles of forming trends in a network community. The aim of the study is to fix changes in the formation of fashion trends and the emergence of new factors in connection with the development of the network community. As a result of the study, we can conclude that the leading personality in the information world, namely, in the network community, can be a professional in the fashion industry and broadcast trends on a global scale.

Keywords: personality, online community, fashion trends, fashion industry, fashion blogger.

Мода – неоднозначный и до конца не изученный социокультурный феномен, который характерен для самых разных сфер человеческой деятельности. Характерно, что в последние годы наиболее значимым стал подход к изучению моды как к механизму социальной, культурной и психической регуляции, тесно связанному с основными ценностями и тенденциями развития социума. Современное состояние моды наиболее точно определил теоретик моды Д. Спролс [1], отмечая, что каждая наука, анализируя моду, находит в ней сферу своих интересов. Так, психологи проявляют интерес к выявлению индивидуальности, социологов в основном интересует межклассовая борьба и стремление членов общества соответствовать социальным нормам посредством одежды. Для экономистов важно исследование дефицита, а специалисты по эстетике заинтересованы в поиске образности и идеалов красоты, тогда как для историков особую важность имеют эволюционные изменения в дизайне и их причины. Из этого определения следует, что мода представляет собой сложный феномен, который содержит в себе отражение социальных, экономических, исторических и эстетических процессов, представляющих интерес для исследования специалистами из разных областей.

На сегодняшний день по-прежнему актуальным является классическое определение социологии моды Г. Зиммеля, трактующего моду как форму социальной жизни. Так, в эссе Зиммеля «Мода» для объяснения данного феномена применяется понятие форм социальной жизни или форм социации. Зиммелевское понятие

обобществления или социации («Vergesellschaftung», в американских переводах «sociation») означает, что индивиды, взаимодействуя, соединяются в общество. В соответствии со свойствами моды как формы Г. Зиммель выделяет две основные ее функции – соединять и индивидуализировать. мода, таким образом, «представляет собой подражание данному образцу и этим удовлетворяет потребность в социальной опоре... она в такой же степени удовлетворяет потребность в различении, тенденцию в дифференциации, к изменению, к выделению из общей массы» [2]. В соответствии с данным тезисом Г. Зиммеля, именно личность является проводником модных тенденций, и мода становится способом утверждения своей значимости в том или ином социуме или сообществе.

Характерно, что в пространстве Интернета за сравнительно короткий промежуток времени появились как крупные интернет-сообщества («Facebook», «Instagram», «ВКонтакте», «Одноклассники», «LiveJournal» и др.) так и блоги (форумы), сосредоточенные в пределах более локальных территорий, но ведущие не менее интенсивные коммуникационные взаимодействия. При всем разнообразии видов этих сообществ, а также различии ключевых целей и интересов, они имеют ряд общих черт, таких как наличие лидера и коллективных формирований, трансляций стандартов и образцов. Эти групповые взаимодействия «включают персональные действия участников (заметки, аннотирование текстов, размещение мультимедийных файлов), коммуникацию участников между собой» [3].

В Интернете возникают различные виды социальных сообществ – «трансформационные или харизматические модели, ситуативные модели, модели, базирующиеся на власти или влиянии» [4, с. 111-112]. Следует подчеркнуть, что каждое из сетевых сообществ построено на основании своей идеи, характеристик контента и целевой аудитории. Например, в «Одноклассниках», где предлагается общение с целью поддержки и укрепления дружеских и семейных связей, преобладает развлекательный контент, тогда как «Facebook» – общение для поиска и установления деловых контактов – активной используется информация познавательного характера, деловой контент.

В фокусе внимания данного исследования находится ряд fashion-сообществ, причем, так как в России у них на сегодняшний день практически не существует своей персональной интернет-платформы, локально работающей только в выбранном направлении, мы рассмотрим социальную сеть для обмена фотографиями и видеозаписями - «Instagram».

Именно эта сеть является одной из самых привлекательных для фэшн-блогеров – персон, порой формально и не принадлежащих к модному сообществу, но следящих за модой, интересующихся ей и интерпретирующих ключевые тенденции с подиумов через призму своего вкуса и таланта.

Фэшн-блогеров можно условно классифицировать согласно социальному, экономическому и профессиональному критериям и выделить следующие группы:

- «богема» («маргиналы»);
- «селебрити» – знаменитости, широко известные лица;

- «светские львицы» – обеспеченные и влиятельные женщины (супруги преуспевающих мужчин);

- «представители бизнеса» – предприниматели могут не иметь бизнес в сфере моды, но активно интересоваться ею;

- «профессиональные блогеры» – личности, для которых модная индустрия стала профессией – это стилисты (фотографы, модели, визажисты и пр.);

- «эксперты» – модные критики, историки моды и т.д.

Характерно, что социальный критерий фиксирует степень популярности личности в тех или иных социальных группах – в узких кругах (например, «богема» («маргиналы») или более широких – «селебрити». Экономический критерий связан с финансовой обеспеченностью и положением в обществе, тогда как критерий профессиональный отмечает наличие специального образования.

В настоящее время профессия агента моды стала настолько популяризироваться в мире, что число соответствующих личностей – проводников модных тенденций – увеличивается с каждым днём. Однако лишь немногие дорастают до высокого уровня известности в фэшн-индустрии – мировой: например, Кьяра Ферраньи (17,5 млн. подписчиков), Камилла Коэльо (8,4 млн.), Эйми Сонг (5,4 млн.), или всероссийской – Яна Фисти (592 тыс. подписчиков), Александр Рогов (489 тыс.), Марианна Елисеева (317 тыс.).

Характерно, что в системе создания и трансляции модных трендов ключевым звеном становится личность, включенная в коммуникационные процессы моды. Еще одно десятилетие назад эту роль выполняли руководство, дизайнеры и деперсонализированные сотрудники домов мод, и модные тренды формировались по следующей схеме: дома моды - гляцевые журналы – покупатели. Эта ситуация не претерпевала никаких значимых изменений десятилетиями. Революционные трансформации произошли в связи с бурным развитием Интернета, и на сегодняшний день схема изменилась следующим образом: подиум – уличный стиль – знаменитости, фэшн-блогеры, стилисты – стиль главных модных столиц мира.

В результате транслирования информации посредством социальных сетей авторитетная личность начинает выполнять функцию посредника между профессиональным сообществом дизайнеров и социумом как потребителем моды. Характерно, что посредством блога, выступающего в роли накопителя информации о модных тенденциях, мероприятиях, трендах, авторы ведут постоянный диалог со своей аудиторией, при этом читателям предоставляется возможность активного участия в диалоге, влияющего, в итоге, на контент.

Хотелось бы особо подчеркнуть, что скорость реакции авторитетной личности в данной коммуникации, фиксирующей последние события и тенденции, происходящие в фэшн-мире, довольно высока, что высоко ценится участниками диалога. Более того, фактор доступности «свежего» интересного материала в режиме онлайн (частота обновления контента, оригинальность) является основой роста популярности фэшн-блогеров. Кроме того, особо ценится само по себе общение в режиме онлайн, как наиболее естественное, без «фильтров», что вызывает доверие и еще больше

подогревает интерес к блогингу. Также интерес вызывает сама личность, ее способность адаптировать подиумные новинки, реализуя их в повседневности, персональный стиль жизни, характер индивидуальных предпочтений.

В связи ростом популярности модных блогов в современном обществе бренды одежды, предпочитающие прогнозировать спрос покупателей, проявляют активную заинтересованность по отношению к фэшн-блогерам как лидерам мнений, зачастую становятся их спонсорами, предоставляя одежду для съемок (приобретая места на страницах блогов, оплачивая упоминание о себе в постах). Таким образом, популярные фэшн-блоги становятся монетизированными, а уровень финансового вознаграждения зависит от степени влияния на целевую аудиторию. Среди фэшн-блогеров есть личности с разными границами влияния – как в рамках определенного города, так и страны (мира). В частности, если рассматривать феномен данного влияния в мировых масштабах, маркетинговая компания Launchmetrics по итогам прошедшего модного сезона представила отчет, где обозначила самых влиятельных инстаграм-инфлюэнсеров. Лидирующей личностью в этой области стала итальянка Кьяра Ферраньи: «сила ее социальных сетей оценивается в 18,3 миллиона долларов. Эту цифру специалисты компании вывели с помощью такого показателя как Media Impact Value, измеряющего влияние упоминаний в социальных сетях. Также в тройку самых влиятельных fashion-блогеров вошли Эйми Сонг и Камилла Коэльо» [5].

Итак, мода всегда современна: она отражает актуальные события действительности и является действующей детерминантой социальных трансформаций. Фэшн-блогер как лидирующая личность в информационном сообществе способен транслировать и формировать тренды как в локальных, так и в глобальных масштабах. Более того, на сегодняшний день схема влияния на моду кардинальным образом изменилась, и можно уверенно утверждать, что фэшн-блогеры занимают в этой схеме одну из ключевых ролей.

Литература:

1. Sproles G. Fashion Theory: a Conceptual Framework, in NA - Advances in Consumer Research Volume 01, eds. Scott Ward and Peter Wright, Ann Arbor, MI : Association for Consumer Research, 463-472 p.
2. Зиммель Г. Мода. Избранное: В 2 т. Т. 2. Созерцание жизни. М.: Юрист, 1996. – 607 с.
3. Скуратов А.Б. Лидерство в локальных интернет-сообществах: практика социально-стратификационного анализа. URL <https://cyberleninka.ru/article/n/liderstvo-v-lokalnyh-internet-soobschestvah-praktika-sotsialno-stratifikatsionnogo-analiza> (дата обращения 10.10.2019)
4. Yukl G., Van Fleet D. Theory and research on leadership in organizations. -Palo Alto, CA: Consulting Psychologists Press Inc., 1992. 197 p.
5. Сила бренда: самые влиятельные fashion-блогеры. URL <https://vogue.ua/article/fashion/persona/samyevliyatelnye-fashion-blogery.html> (дата обращения 10.10.2019 г.).

От великой пустоты через мышление, эмоции к жизни в информационном обществе

From the great emptiness through thinking, emotions to life in the information society

¹*Институт физики прочности и материаловедения Сибирского отделения Российской академии наук*

²*Томский государственный университет*

¹*Institute of Strength Physics and Materials Science of the Siberian Branch of the Russian Academy of Sciences*

²*National Research Tomsk State University*

В статье рассматриваются проблемы когнитологии, связанные с жизнью в современном информационном обществе при отсутствии целостного видения об устройстве окружающего мира.

Ключевые слова: мышление, эмоции, окружающий мир, Великая Пустота, Эфир, Материя, вибрации и собственные частоты колебаний, данные и информация, модель устройства мироздания.

The article discusses the problems of cognitive science associated with life in the modern information society in the absence of a holistic vision of the world.

Keywords: emotions, the world, Great Emptiness Ether, Matter, thinking vibrations and natural frequencies, data and information, model of the universe.

Главную причину едва ли не подавляющего большинства проблем современного информационного общества, на наш взгляд, можно выразить следующими словами: «**Знать** можно и часть, но **понимать** можно только целое» [1]. В наше время люди поглощают информацию, но не понимают её подобно тому как, например, все знают, как пользоваться электрическими приборами, но по-настоящему понимал, что это такое электричество, пожалуй, только Никола Тесла (1856-1943). Именно целостное видение окружающего нас мира, представление о механизмах, протекающих в нём процессов позволило ему подарить человечеству возможность использовать мощь электрической энергии.

С чем же связана целостность видения? Попробуем прояснить это на уровне когнитивного моделирования окружающего нас мира. Для начала вспомним смысл высказываний о нём древнегреческого философа Демокрита (ум. в 370 г.). Кратко они сводятся к следующему. Наш мир погружен в так называемую Великую Пустоту. Но Она не пуста, а состоит из хаотически двигающихся её составляющих – мельчайших неделимых частиц, которые будем называть Квантами Великой Пустоты или для краткости просто Квантами. Она потому и названа Пустотой, что эти её Кванты настолько малы и быстры, что ощутить или зарегистрировать их невозможно. Современная наука до сих пор не способна зарегистрировать ни одну элементарную частицу (только след от них), а они во многие-многие порядки раз больше самих Квантов. В первоначальном хаосе движений Квантов в бесконечной Великой Пустоте спонтанно образуется вихрь. Внутри вихря образуются совокупности сцеплений Квантов, а свободно движущиеся Кванты не дают им разлететься. На внешней

поверхности этого вихря образуется нечто вроде защитной плёнки⁷⁸ (сродни тем, которые в современном магнетизме называют «доменными стенками»), отделяющей его от окружающей Великой Пустоты. По сути, свободные Кванты осуществляют постоянную энергетическую подпитку вращательного движения вихря. Вихрь, говоря словами современной механики, является автоволновым солитоном. А ведь ещё Вольфганг Гёте заметил, что Волна – это первичный феномен, который дал рождение всему миру.

Самую продуктивную проработку идей Демокрита осуществил серб Руджер Иосип Бошкович (1711-1787), о работах которого наиболее доступно написал наш академик Сергей Иванович Вавилов (1891-1851) [2]. Р. Бошкович вывел формулу притяжения-отталкивания Квантов. С.И. Вавилов об этом высказался так: «Идея сложной, но единой силовой функции Бошковича в той или иной форме и до сих пор применяется в физике. Лорд Кельвин пользовался ею в динамике кристаллов. В учении о твёрдом теле Борна снова фигурирует частный случай функции Бошковича. Для объяснения стационарных состояний атома и законов спектральных серий сэра Дж. Томсон недавно предлагал обобщение кулонова закона, схожее с кривой Бошковича. От поры до времени возникают и универсальные гипотезы совершенно в духе Бошковича, обыкновенно без упоминания его имени...». Не зря Р.И. Бошкович являлся членом многих современных ему академий наук мира, в том числе и российской, в которой в то время работал и поддерживал идеи Бошковича его современник Л. Эйлер (1707-1783).

Этих же идей придерживался и Дмитрий Иванович Менделеев (1834-1907), который в работе «Попытка химического понимания мирового эфира [3]» писал: «Уже с 70-х годов у меня назойливо засел вопрос: да что же такое эфир в химическом смысле? Он тесно связан с периодической системой элементов... Насколько мы знаем, он представляет совершенно однородное несжимаемое непрерывное тело, которое невозможно разложить на более простые элементы или атомы; действительно, он непрерывен, но не молекулярен. Нет другого тела, о котором мы можем сказать это, и посему свойства эфира должны быть несколько отличными от свойств обычной материи». Он назвал этот благородный газ, обладающий свойством сверхпроницаемости и массой много меньше массы гелия, X-элементом. Этот газ невозможно сжать как другие газы, он утечёт через всё, что угодно. Его масса должна быть по подсчётам Менделеева примерно 0,000013 массы водорода, что совпало с вычислениями веса частиц эфира лорда Кельвина, моделью которой пользовался Николас Тесла – гений, которому удалось наиболее ярко практически воплотить идеи Демокрита, открыв доступ к бездонному океану дешёвой, экологически чистой энергии Великой Пустоты – электричеству. Сейчас эксперименты Тесла по извлечению энергии из мирового эфира – вихря, образованного Квантами Великой Пустоты, – общеизвестны.

⁷⁸ Кстати, в нашем так называемом реальном мире все ощущаемые и измеряемые физические объекты окружены такими плёнками. У живых объектов эти плёнки отстоят на некотором расстоянии от физических тел, а то, что творится в промежутке между телом и его защитной плёнкой, приборы и органы чувств воспринимают как ауру.

Однако, какое отношение всё вышесказанное имеет к целостному видению окружающего нас мира? Давайте кратко представим следующую когнитивную модель мироздания. Бескрайняя Великая Пустота, наполнена хаотически движущимися на неизмеримо огромных скоростях Квантами, являющимися источником первичной энергии бесконечной мощности. Внутри неё какая-то часть Квантов связывается между собой за счёт присутствующих им сил притяжения-отталкивания по формуле Р.И. Бошковича. Связанные образования квантов сбиваются несвязанными Квантами в непредставимых размерах вихрь, который они и поддерживают своим движением энергетически. Движение этого вихря спонтанно сворачивается в спиралевидное движение по замкнутой траектории, образуя напоминающую тор форму неизмеримых размеров. Это движение связанных Квантов внутри тора и есть Эфир. Эфир является исходным материалом для образования, в перечисленном далее порядке, потоков Времени (которые исследовал наш астрофизик Николай Александрович Козырев (1908-1983)), Пространств, Материи, Полей и Вещества [4, 5] и Жизни. Другими словами, целостность окружающего нас мира связана с тем, что **всё и вся в нём пронизывается волнами вездесущего эфира**. Мельчайшие вибрации живого и неживого передаются на невероятных скоростях по всему мирозданию. Для того, кто способен улавливать эти вибрации и как-то реагировать на них, эти вибрации становятся, как сейчас принято говорить, информацией о соответствующих резонансных процессах. Косная материя реагирует на вибрации, не задумываясь, живая материя, обладающая ментальными механизмами, может позволить себе обдумать, что те или иные вибрации означают на самом деле, т.е. попытаться **понять** их.

Теперь, после краткого вступления, перейдём к заявленной в заголовке статьи теме: попытаемся сконструировать когнитивную модель процессов, которые в течение неисчислимого времени сотворили из Квантов наш по большей части прекрасный мир и не менее прекрасное, хотя в основном пока наивное, информационное общество в нём. Началось всё с того, что хаотичность движения Квантов приводила к образованию из их числа некоего рода сцеплений или структур. Часть этих структур оказывалась неустойчивой к воздействиям своих собратьев и распадалась, а часть, как отмечали ещё во времена Платона (427-347 гг. до н.э.), – устойчивой, образовав геометрически правильные многогранники вращающихся друг вокруг друга Квантов. Эти устойчивые сцепления впоследствии стали называть Платоновыми телами, поскольку он активно использовал их в своей философии. Как реагировали Платоновы тела на воздействия свободных Квантов? По формуле Р.И. Бошковича: притягивая их на одних расстояниях и отталкивая на других. Тем свободным Квантам, которым всё же удавалось приблизиться к одному из составляющих Платонову тело Кванту крайне близко, была уготована особая участь: он своим воздействием выбивал из тела квант Платонова тела, но под действием симметричных сил притяжения других Квантов этого тела вынужден был занимать место выбитого им Кванта. То есть, форма не менялась, но менялось содержимое тела. Поскольку такой процесс имел (и имеет до сих пор) массовый характер, то можно говорить о нём как о массовом волновом процессе. Это как об отдельных каплях воды, слитых в ручьи или реки, мы говорим, как о волнах. Волны

Платоновых тел одного типа имеют одни резонансные частоты, т.е. резонансно отзываются на одни частоты волновых воздействий других тел и Квантов, а другого типа – на другие частоты. Видимо, в этой связи в своей философии Платон использовал одноимённые Стихии: Огонь, Землю, Воздух, Воду, а Аристотель позднее ещё и Эфир.

В дальнейшем взаимодействия отдельных Платоновых тел с другими телами или со свободными Квантами стали приводить к чуть более сложным, но менее устойчивым образованиям. И в общем-то дальше не было бы смысла продолжать статью, если бы эти новые образования не стали несколько по-другому, чем Платоновы тела, реагировать на воздействия окружающей их среды. Реакции становились сложнее, чем просто притягивание, отталкивание, вытеснение с заменой мест. И, что поразительно, чем сложнее становилась структура новых образований, тем более сложные типы реакций на воздействия окружающей среды они выказывали, тем всё более эти реакции становились похожи на зачатки примитивных механизмов мышления, присущих тому, что мы называем живой материей. Именно так, ни больше, ни меньше! Хотя наших ментальных возможностей и не хватит, чтобы построить детальную модель процессов возникновения мышления, но с большой долей уверенности, можно утверждать, что зарождающиеся «островки» ментальных образований постепенно привели к возникновению и развитию того, что уже издавна принято называть хрониками Акаши – всемирной ментальной системой обработки и хранения данных для мыслительной деятельности и её шаблонов – шаблонов мышления. Другими словами, возник **ментальный мир**. Совокупности схожих по каким-либо признакам шаблонов мышления в нём иногда принято называть эгрегорами. Но в рамках данной статьи мы не ставили задачи углубляться в дебри всего этого. Нам важно, что для **целостного понимания окружающего мира** и нас самих достаточно показать только на возможность подобных природных механизмов возникновения мышления.

Следующим, мотивирующим Природу к дальнейшему развитию Материи поводом, скорее всего, послужила скука, скука от «чистого» мышления. Представим себе Материю, умеющую только мыслить, Материю, возникшую в потоках Эфира, который всего-то и может, что снабжать её энергией и распространять ментальные волны любых её мыслительных всплесков по всему мирозданию. Очевидно, что Природе, в конце концов, стало скучно от одного этого. И она, чтобы как-то уберечься от скуки, придумала и сотворила в недрах Материи то, что у нас принято называть эмоциями – **эмоциональный мир**. Теперь, в зависимости от того или иного характера мышления, возникали не только логические продолжения ментальных процессов, но и, что гораздо ярче, а значит и менее скучно, – эмоции!

Тем не менее, ментальное производство и восприятие эмоций, по большому счёту, по-прежнему оставалось процессом, от которого в конце концов снова становилось скучно. И Природа додумалась до новых свершений – создания наряду с ментально-эмоциональным миром того, что мы теперь называем **вещественным миром**. Поначалу (первый блин даже у Природы, что называется, «комом») получалось создавать только то, что современная наука называет косной материей, которая не могла

реагировать эмоционально. Однако постепенно (ведь время-то у Природы никакими Большими взрывами на самом деле не ограничено) стали возникать оазисы жизни – появились зачатки того, что сейчас принято называть живой материей. Дальше больше, Природе пришлось додумывать механизмы смены форм жизни (опять же чтобы не скучать, наблюдая за их развитием). То, что мы называем эволюцией, привело к возникновению генетического вещественного и волнового (в смысле опытов Петра Петровича Гаряева (род. в 1942 г.) и Цзян Каньдженья (род. в 1933 г.) [6-8]) механизмов. Однако вернёмся здесь ненадолго к так называемой «защитной плёнке», упомянутой вначале статьи. По всей видимости, Природа сначала создаёт, скажем, в качестве остова «тонкую» (в смысле невидимую и не измеряемую приборами) структуру [9], а лишь потом позволяет себе нарастить её веществом. И, будем надеяться, что после создания Вселенных внутри Эфира, а с помощью его потоков Времени галактик, звёздных и планетарных систем и, наконец, живых организмов, способных реагировать на влияние окружающей среды эмоционально, Природа хотя бы «ненадолго» успокоилась.

Всё выше сказанное, пусть и в излишне шутливой манере (хотя⁷⁹), служит, если так можно выразиться, лишь пропедевтикой к главной теме – **влиянию целостности видения окружающего мира на жизнь в современном информационном мире.**

Итак, мы мыслим, создаём и живём в информационном мире. Но, хотя и **знаем**, как пользоваться информацией практически, в большинстве своём, как и с электричеством, не задумываемся и **не понимаем**, что такое информация на самом деле, и как обладание её влияет на весь окружающий мир. Чтобы в этом разобраться, попробуем взглянуть на информацию с точки зрения устройства мира по Демокриту-Бошковичу.

Начиная со времён образования первых Платоновых тел, их группировки в Стихии и формирования их направленного движения в виде потока Эфира, появились собственные частоты: в отдельности каждого Платонова тела и одноимённой Стихии, а также всего эфирного потока в целом как результат вращательных вихревых колебаний. **Собственные частоты** – это такие, воздействуя на которых можно легко раскачать вращательные колебания. Так, со школьной поры каждый знает, что марш солдат, идущих по мосту, может разрушить мост, если ритм марша совпадёт с собственной частотой моста. Для нашей выше поставленной цели собственные частоты важны тем, что с ними связаны распространение и извлечение информации из вибраций. Банальный пример: нагрубил один человек другому, вызвав у второго гнев; вибрации этой эмоции совпадают с собственными частотами тканей печени; оскорблённый человек разгневался и, не умея перевести эту энергию в положительное для него русло, запустил процесс раскачивания-разрушения своей печени.

На самом деле вибраций в окружающем мире существует неисчислимо множество. Для нас они существуют как **данные**, которые нам передаются в виде

⁷⁹ «Наука – это серьезно! Но наука без улыбки – это несерьезно. Хорошая педагогика начинается с острого словца и улыбки. Вначале преподавание базируется на эмоции, а потом уже на разуме. И чтобы перейти к эмоции, нет ничего лучшего, чем юмор и поэзия, скрытая в прозе и придающая ритм тексту [10].

колебаний тех или иных объектов или сред. Можем мы воспринять эти вибрации так, чтобы понять их смысл, и это становятся для нас (осмысливших) **информацией**. Другими словами, информация сама по себе, что называется объективно, не существует. Данные в виде вибраций – существуют, а информация появляется только как результат осмысливания (достижения понимания) этих данных. Смогли понять, что несут собой данные, – информация есть, не захотели или не смогли понять – информации нет.

И вот здесь, для целостности видения окружающего мира, устройство мира по Демокриту-Бошковичу даёт **самое главное понимание**: эфир своим потоком на огромнейших скоростях переносит *любые вибрации*, которые возникают в мире, в том числе, и ментальных процессов, по всему мирозданию. Но все вибрационные процессы обладают **своими** собственными частотами, а значит и каждый мыслящий – извлекающий и обрабатывающий информацию, выражающий эмоции и т.д. осуществляет это на своих собственных частотах. Отсюда следует давно подмеченный народом вывод: какие мысли отправляешь в пространство, такие, прежде всего к тебе самому, и возвращаются, но возвращаются *усиленные* мыслями других, думающих на ту же тему. Плохие мысли постоянно роятся у тебя – к тебе возвращается плохое в виде болезней, скручиваний тела. Все, наверное, замечали подобное в жизни: живёт себе человек, и вроде бы никому плохого не делает, но через годы его обличье всё больше начинает походить на того или иного зверя, – зная вынашивал он всю свою жизнь соответствующие мысли, но ни с кем ими не делился пусть, например, из-за слабости характера; а другого внешне безобидного человека «ни с того, ни с сего» вдруг подкосила неизлечимая болезнь или его лицо или конечности страшно перекосило. Утешает при этом то, что, если даже уже глубоко больной человек находит в себе силы или, как говорят, находит на него прозрение, он неожиданно для окружающих из вполне умирающего за какие-то месяцы (перестройка биологических тканей требует времени и энергии) превращается в совершенно здорового человека.

Теперь по поводу волновой природы нашего мышления: в одном из видеосюжетов академик Наталья Петровна Бехтерева (1924-2008) высказалась о мысли как о волновом пакете, срывающемся с так называемых «аммоновых рогов⁸⁰», а в другом интервью сказала: «Я допускаю, что мысль существует отдельно от мозга, а он только улавливает её из пространства и считывает. Мы видим многое, что не в состоянии объяснить». На наш же взгляд мозг – только менеджер, который только управляет организмом человека по волновым командам мыслительного аппарата, с которым человека связывают при рождении и который недостижим приборам современной науки; мозг при этом служит транслятором сигналов органов чувств человеческого организма этому самому мыслительному аппарату. Совокупности всех мыслительных аппаратов входят в состав того, что издревле принято называть хрониками Акаши, или, если говорить только о нашей Земле, – в состав ноосферы

⁸⁰ Аммоновы рога лежат дорсально (ближе к спине) на зрительных буграх, будучи отделены от них сосудистым сплетением третьего мозгового желудочка. Являясь высшими ассоциативными подкорковыми обонятельными центрами, аммоновы рога связаны с различными участками коры больших полушарий и подкорковыми ядрами.

Владимира Ивановича Вернадского (1863-1945). Эфир служит средой волнового переноса ментальных вибраций всех мыслящих существ. Повторим, что после зарождения в Великой Пустоте потока Эфира в последнем постепенно сначала образовались зачатки ментального мира, а затем, по мере усложнения мыслительных процессов, ментальный мир пополнился эмоциональным, а ещё позже возник и наш физический мир.

Однако вернёмся к основной теме нашей статьи. Развитие и становление человека как социального существа привело в настоящее время к развитому информационному обществу. И на человека вдруг стала обрушиваться стремительно растущая лавина данных, информацию с которых он не в состоянии понять. Во всём своём объёме эти данные совершенно не нужны каждому человеку в отдельности. Человек от этого количества данных – совершенно не нужного для его жизни объёма вибраций – начинает испытывать сначала эмоциональный дискомфорт, а потом у него начинаются ментальные проблемы. Специально не тренируемый мозг честно, если так можно выразиться о трансляторе ощущений, пытается все эти вибрации передать в связанный с данным человеком мыслительный аппарат; тот в ответ выдаёт соответствующие команды, которые, повторимся, специально не тренируемый мозг не в состоянии адекватно переложить на язык физиологии организма. Начинаются те или иные проблемы, и таких проблем у обычного человека появляется всё больше и больше.

Мы считаем, что для устранения вышеозначенных проблем человеку нужно не просто научиться **знать**, как пользоваться теми или иными данными (их почему-то повсеместно называют информацией), а научиться распознавать/**понимать** в этих данных явно ненужную ему информацию и пропускать соответствующие данные мимо своего внимания. Иными словами, человеку нужно научиться фильтровать поступающие к нему в мозг через органы чувств вибрации. Для этого и затрат-то почти никаких не нужно делать – требуется всего лишь перестать бесконечно слоняться по просторам интернета, смотреть никому не нужные телевизионные и радиопередачи, читать глянецовые журналы, жёлтую прессу и пр. То есть всего-то и нужно – изменить свои привычки. Как говорят, если на что-то можешь повлиять, влияй (помня о возможностях потока Эфира), но если ты не в состоянии что-то изменить, то и думать об этом не стоит, по крайней мере, эмоционально окрашивать свои размышления. На этой, надеемся оптимистической ноте, вернёмся к попытке кратко, но чётко классифицировать основные механизмы, выработанные Природой в процессе построения окружающего мира. Это поможет лучше **понять** наше место в этом мире и целостно увидеть всемирную взаимосвязь всего со всем.

Итак, изначальные вихревые колебания, приведшие к образованию потока Эфира, связаны с механизмом **резонансного** взаимодействия всего со всем.

Образование Платоновых тел и сформировавшихся из них в потоке Эфира Стихий повлекло под действием окружающих вездесущих свободных Квантов Великой Пустоты к развитию иерархически всё более сложных материальных структур, которые привели не только к образованию косной, но и мыслящей, эмоционирующей,

вещественной живой материи. Это так называемы природные механизмы **рекурсивного** развития материи.

Далее нельзя не отметить отсутствие в Природе расточительности, имея в виду **фрактальность** или **самоподобие** всех её феноменов. Хотя, на основе робких пока попыток науки заглянуть в глубины Материи, в том числе и с помощью численных экспериментов, справедливости ради следует отметить, что обнаруживающийся на каком-либо масштабе рассмотрения структуры природных построений рисунок фрактальности меняется через каждые два-три уровня изменения масштабов рассмотрения. Используется подобие, а не повтор.

Всё в природе имеет колебательный, волной характер. Одни волны живут относительно долго, другие существуют какие-то мгновения. Эфир и образованные внутри него потоки Времени [4, 5] не щадят никого. Однако так называемые **автоволны** и **автосолитоны** могут существовать весьма и весьма продолжительное время на наш взгляд за счёт резонансного механизма их подпитки энергией потока Эфира или образованных в его среде полей⁸¹. Здесь, наверное, к месту будет снова вспомнить о тончайшей защитной плёнке, которая природными механизмами образуется до того, как внутри неё появится соответствующая более плотная материальная структура. Иными словами, мы хотим сказать, что все природные автоволны и автосолитоны покрыты подобными защитными плёнками. Сказанное относится как к каждой существующей Вселенной, галактике, звёздной или планетарной системе, так и к каждому объекту более мелких масштабов, скажем, человеку, молекуле, атому и пр. Результаты взаимодействия потока Эфира или его полей с внутренним пространством между защитной плёнкой и наблюдаемым объектом, таким как человеческое тело, интерпретируется как аура, биополе и т.п.

Чтобы завершить наш, возможно, излишне восторженный рассказ о невероятных механизмах образования окружающего мира, упомянем напоследок о **голографичности** природных построений. Речь идёт о том, что выражено утверждением «в каждой капле отражается весь мир». Действительно бесконечная протяжённость Великой Пустоты, а также вездесущность, огромные скорости и сверхмалость частиц потока Эфира и его полей позволяют последним так сохранять в хрониках Акаши любые вибрации любой капли, что по этой капле и данным из хроник Акаши можно восстановить информацию о всей Вселенной, а Вселенных в каждом потоке Эфира потенциально может существовать бесконечно много.

И, наконец, на вполне уместный в конце такого повествования вопрос «Почему же большинство людей даже не задумываются о том, о чём сказано в настоящей статье?» уместно предварить ответом Георгия Ивановича Гурджиева (1866-1949) на заданный ему похожий вопрос «...если вообще существует знание, отличающееся от

⁸¹ Полями мы называем те внутренние структуры потока Эфира, которые из-за их громадных скоростей и малости составляющих их частиц пока не поддаются фиксации, что называется, научными методами, но которые очевидным образом оказывают влияние на наш вещественный мир. Например, поля, связанные с электричеством и магнетизмом, или давление частиц эфира, которое мы связываем с гравитацией. Чтобы представить последнее, стоит обратить внимание, например, на поток воды, падающей с некоторой высоты, который отклоняется от падения по вертикали в сторону близко расположенного массивного тела, скажем, скалы.

нашей науки и философии или даже превосходящее её, почему же тогда оно так тщательно скрыто, почему не сделано общим достоянием?»: «Знание гораздо более доступно для тех, кто способен его усвоить, чем обычно полагают; вся беда в том, что люди или не желают знания, или не в состоянии его принять».

Литература:

1. Дж. Г. Беннетт. Драматическая Вселенная, – Т. 1. – М.: Профит Стайл, – 2009. – 544 с.
2. Вавилов С. И. О Руджере Иосипе Бошковиче. Успехи физических наук. – Вып. – № 2, 1927, С. 104-106.
3. Менделеев Д. И. Попытка химического понимания мирового эфира. – СПб., 1905.
4. Тунда В. А., Тунда Е. А. О целостности познания на примерах // Системный анализ в проектировании и управлении: сб. науч. тр. XXII Междунар. науч.-практич. конф. 22-24 мая 2018 г. Ч. 1. – СПб.: Изд-во Политехи, ун-та, 2018. – С. 157-165.
5. Тунда В. А., Тунда Е. А. К вопросу о сплошности сред при когнитивном моделировании // Системный анализ в проектировании и управлении. Сборник научных трудов XXIII Междунар. науч.-практич. конф. 10-11 июня 2019 г. Ч. 3. – СПб.: Изд-во Политехи, ун-та, 2019. – С. 460-470.
6. Горяев П. П., Татур В. Ю., Юнин А. М. Новый подход к эволюции Живого и ноосфера, Клаузура ноосферы, ч.1. – Москва, «Ноосфера», 1988. – С.286- 292.
7. Горяев П. П. Волновой геном. – М.: Обществ. Польза, 1994. – 279 с.
8. Цзян Каньчжен. Теория управления полями. – 1959. <https://refdb.ru/look/2857321-pall.html>.
9. Кто Вы, доктор Цзян? Цзян Каньчжэнь, Цзяо Канжэнь, Каньчжэнь Биотрон // <http://www.moscowuniversityclub.ru/home.asp?artId=9938>.
10. Мессинджер Жозеф и Каролин. Я вижу вас насквозь. Научитесь читать человека как книгу. – Харьков, Белгород: Клуб семейного досуга, 2017. – 514 с.

Секция 8. Технологии манипуляций поведением и сознанием Technology manipulation of behavior and consciousness

УДК 32.019.51, ББК 66.04

В.П. Милецкий, А.Н. Писарева
Vladimir Miletskiy, Aleksandra Pisareva
falesm@mail.ru, al.pisareva@gmail.com

Влияние социальных сетей на формирование общественного мнения по политическим вопросам (на примере предвыборной кампании В. Зеленского 2019 года) Social network's influence on public opinion's forming about political questions (exemplified by Zelensky's election campaign of 2019)

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

Данная статья посвящена анализу использования социальных сетей для формирования общественного мнения в предвыборной гонке на Украине, соответствию этого процесса общим политическим тенденциям, рассмотрены приемы, применяемые штабом кандидата в новых медиа.

Ключевые слова: социальные сети, Интернет, общественное мнение, современные коммуникации, политические коммуникации

This article is dedicated to analysis of social network's using for shaping of public opinion in election campaign in Ukraine in 2019, their compliance with general political trends and the techniques used by the candidate's headquarters in new media were considered.

Keywords: social networks, Internet, public opinion, modern communications, political communications

Социальные сети как свежий канал политической коммуникации ярко выявляют общие тенденции в данной сфере. Первым ученым, обратившим внимание на изучение процессов политической коммуникации, принято считать Г. Лассуэла [1]. Ну а институционализацию этого направления современных политико-коммуникативных исследований связывают со второй половиной XX века. Значительную роль эти коммуникации и социальные сети, в частности, в политической кампании впервые сыграли в США в 2008 году, во время предвыборной гонки. Тогда Барак Обама задействовал широкий спектр платформ, на которых, в том числе, публиковал записи своих речей и вирусные видеоролики, создал собственную соцсеть (MyBarackObama.org), направленную на сбор онлайн-пожертвований, а также мобильное приложение (ObamaMobile).

Теперь же в историю войдет избирательная кампания на Украине в 2019 году. К выборам страна приходила в непростой социально-экономической ситуации, когда в стране значительно вырос удельный вес украинцев, позитивно относящихся к России (с 48 до 57 процентов) (вопреки официальной позиции власти), упал уровень доверия к органам государственной власти – до 9 процентов, накопились серьезные проблемы в социально-экономической сфере, продолжался кризис на востоке страны. Эти факторы сформировали в обществе запрос на несистемных политиков. Кандидатом, стремительно завоевавшим симпатии избирателей, стал Владимир Зеленский – шоумен, актер, сценарист и продюсер.

О своем желании баллотироваться В.Зеленский (который до этого не слишком ярко выраженно проявлял общественную активность, хотя открыто поддерживал Евромайдан, жертвовал средства добровольческим подразделениям на востоке страны, в выступлениях высмеивал жителей России, ЛНР и ДНР), - заявил в эфире собственного шоу за минуту до нового, 2019 года. Появление его на украинской политической арене показывает, что селебритизация свойственна не только российской политической системе. Как кандидат от партии «Слуга народа» Владимир Зеленский официально зарегистрировался 30 января 2019.

Возможно, бекграунд В.Зеленского повлиял на выбор стратегии продвижения в социальных сетях, которые кандидат активно задействовал в своей кампании. Действия кандидата отвечали тенденциям шоуизации политики [2] (это заметно, в том числе, по поведению на дебатах). Под шоуизацией политики подразумевается, что стратегия, драматургия, композиция, приемы шоу-дискурса перенимаются политическими маркетологами для продвижения определенных политических проектов, решений, идей и фигур [3]. Заметно, что В.Зеленского в соцсетях продвигали как коммерческий продукт, т.е. как артиста и шоумена. Вероятно, свою роль сыграло то, что у руководителя digital-направления штаба кандидата не было опыта в политических коммуникациях. К примеру, на YouTube использовали популярную стратегию FMCG (продвижения товаров повседневного потребления).

Шоу-политика обладает следующими характеристиками: зрелищность, интерактивность, презентативность, манипулятивность, маркетинговая прагматичность и звездность. Причем «звездой» становится, как правило,

политический лидер. А у Владимира Зеленского для этого были все предпосылки. В своём продвижении основной упор он сделал на фото и видео – наиболее простой для понимания контент. Через публикации на страницах кандидата был создан чёткий образ: «Зеленский – такой же, как все» (говорит на украинском языке, занимается спортом, возит детей отдыхать и т.д.). Размещение постов было таргетировано. Так на запад Украины передавалась преимущественно позитивная информация о В.Зеленском, нежели негативная – о Порошенко. Тем не менее дискредитация оппонента посредством эмоционально окрашенной риторики – один из основных методов шоу-политики – применялась на других территориях страны.

Также для формирования общественного мнения активно применялось привлечение частных агентов влияния или лидеров общественного мнения. При этом обширный круг профессиональных знакомств со звездами шоу-бизнеса позволял безвозмездно получать публикации в поддержку от популярных персон, имеющих большую аудиторию подписчиков на своих страницах.

К моменту выборов по количеству подписчиков Владимир Зеленский обошел своего оппонента Петра Порошенко практически во всех в социальных сетях, уступив только в Facebook (500 тысяч против 2,5 млн человек). Но таким мог быть и расчет, так как на этой платформе у действующего (на тот момент) украинского президента был изначально больший опыт и число сторонников. То есть данную соцсеть могли оставить «забытой» сознательно.

В общей сложности на digital-продвижение В.Зеленского (сайт, рассылка, поддержку сообществ и страниц в соцсетях) было потрачено 200 тысяч долларов. Это примерно 5 процентов от бюджета избирательной кампании (по данным штаба кандидата) [4].

В заключение, исходя из анализа использованных средств, можно сделать вывод, что кампания в соцсетях была направлена на формирование оценочного общественного мнения, что не совсем традиционно для политических кампаний. Тем не менее действия, предпринятые кандидатами, позволяют оценить потенциал использования социальных сетей для формирования общественного мнения по политическим вопросам.

Литература:

1. Лассуэлл, Г. Психопатология и политика / Г. Лассуэлл. - М.: Изд-во РАГС, 2005. - 352 с.
2. Политическое шоу как технология коммуникации О.Е.Гришин, А.Д.Митрофанова. – Politbook, 2015 – №3.
3. Политико-социологическое измерение социодинамики политических коммуникаций в современной России. СПб.: Изд-во СПбГЭТУ «ЛЭТИ», 2017. 188 с.
4. «У нас есть проект»: онлайн-стратег Зе – Лига.Tech – интервью с Михаилом Федоровым, 26.04.2019, режим доступа: <https://tech.liga.net/technology/interview/pochemu-poroshenko-proigral-intervyu-s-onlayn-strategom-zelenskogo>

Воздействует ли социальная реклама в интернете на молодежную аудиторию? Does social advertising on the Internet affect youth audiences?

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

В данной статье рассматривается социальная реклама в контексте ее воздействия на молодежную аудиторию. Прослеживается взаимосвязь ценностей молодежной аудитории и ее восприятия социальной рекламы. Приводится описание и результаты пилотного исследования восприятия социальной рекламы в интернете молодежной аудиторией. Сделан вывод о недостаточной эффективности ее воздействия.

Ключевые слова: Социальная реклама в интернете, восприятие социальной рекламы, молодежь, ценности молодежи.

This paper focuses on public service announcement in the context of its impact on a youth audience. The interrelationship of the values of young people and their perception of public service announcement is considered. The description and results of a pilot study of the perception of public service announcement on the Internet by a youth audience are presented. The conclusion about the insufficient effectiveness of its impact is drawn.

Keywords: Public service announcement on the Internet, the perception of public service announcement, youth, youth values.

Социальная реклама является инструментом, призванным заставить общество задуматься о своем сегодняшнем и завтрашнем дне. Помимо информационной она имеет воспитательную и ценностнообразующую направленность. Наиболее эффективное смысловое воздействие в социальной рекламе, как отмечают А.Е. Слинько и С.С. Скляр, осуществляется с помощью трех основных методов: на основе идентификации, применении аксиологических приемов, с целью воздействия на ценностную сферу личности, формирование определенных смыслов за счет использования реальных потребностей человека [1].

Целевая аудитория социальной рекламы достаточно широкая, что обуславливает сложность в измерении ее эффективности. При этом и в России, и на Западе не существует единого методологического аппарата, позволяющего точно оценить конечную эффективность социальной рекламы. Поэтому специалисты в области рекламы используют методики определения эффективности коммерческой рекламы, адаптируя их под социальную рекламу. Однако, ни один из подходов не может претендовать на абсолютную точность своих выводов, поскольку в любом случае вербальное поведение в реальном социальном контексте всегда будет иметь определенное расхождение с поведением индивида во время опроса или в лабораторных условиях.

Социальная реклама не только обращает внимание общественности на остросоциальные проблемы, но и, принято считать, является инструментом формирования ценностных ориентаций в том числе среди молодежи. Но как воспринимают эту рекламу сами представители молодежной аудитории? Что влияет на их восприятие?

Эффективная реклама, воздействуя на молодых, должна привлекать внимание целевой аудитории к затронутой проблеме, провоцировать запоминаемость рекламного обращения, вызывать эмоции, соответствующие поставленной проблеме, а также влиять на дальнейшее поведение молодого поколения [2].

Как показывают исследования, представленные в материалах международной научной конференции «Кросс-культурное пространство литературной и массовой коммуникации» [3], эффективность воздействия социальной рекламы на молодежь зависит от уровня социальной ответственности всех субъектов социорекламной сферы, в которую входят рекламодатели, рекламодистрибуторы, производители рекламы, и, конечно, качества социальной рекламы, что подразумевает создание соответствующего рекламного продукта по содержанию, форме и способам подачи.

К сожалению, не вся молодёжь как социальная группа одинаково воспринимает социальную рекламу [4].

Молодежная политика современного российского государства определяет молодежь как особую социально-демографическую группу, расположенную в разных социальных слоях [5]. Нижняя возрастная граница молодёжи устанавливается между 14 и 16, верхняя — между 25 и 30 годами.

Возможности социальной рекламы в интернете достаточно широки. Восприятие телевизионной рекламы происходит по большей части пассивно, так как она прерывает интересный контент. Часто люди просто включают звук и не обращают на нее внимание, чего не скажешь о посетителях интернет-сайтов, которые проявляют активный интерес при поиске необходимой им информации. Использование интернета как места для размещения социальной рекламы обусловлено рядом возможностей, например, отсутствием географических границ. Так, российский потребитель может видеть социальную рекламу на русскоязычных сайтах находясь за пределами страны. Также было замечено, что социальная реклама в интернете не воспринимается пользователями ресурсов так негативно, как реклама на телевидении или радио. Данный феномен связан с тем, что при необходимости интернет-рекламу можно отключить либо сразу после ее появления, либо через несколько секунд (зачастую социальную рекламу досматривают, так как за это время она успевает заинтересовать) [6].

Кроме того, современная молодежь демонстрирует тенденцию ухода от телевизионного просмотра в интернет сферу. Именно поэтому представляет интерес изучение соответствия гипотетических ожиданий и реальности.

В пилотном исследовании по изучению восприятия социальной рекламы в интернете молодежной аудиторией, проведенном в апреле 2019 г., приняли участие 560 человек, из них 276 мужчин и 284 женщины в возрасте от 17 до 30 лет.

На вопрос «Как часто вы видите социальную рекламу в интернете?» с предложенными вариантами ответов 19% респондентов указали, что «очень часто», 20% дали ответ «часто», 32% - «скорее часто, чем редко», 24% - «иногда» и 5% - «редко». Также респондентам было предложено оценить эффективность социальной рекламы в интернете по 5-балльной шкале, где 5 – эффективна, а 1 – не эффективна. В

результате большинство респондентов отметили, что считают социальную рекламу в интернете не эффективной (81% ответов лежит в диапазоне 1-3 балла).

Также большинство респондентов отметили отсутствие какого-либо влияния социальной рекламы на их отношение к рассматриваемой в ней проблеме (74% опрошенных). Однако использование шокирующих сюжетов в рекламе с основными темами – алкоголизм, курение, наркомания, безопасность на дорогах – по мнению респондентов, производит большее впечатление и, соответственно, приветствуется 67% опрошенных.

Подводя итоги проведенного пилотного исследования, можно сделать вывод, что молодежь достаточно часто видит социальную рекламу в интернете, но не верит в ее эффективность, соответственно, она недостаточно мотивирует ее к изменению отношения к затронутой проблеме. Исключение составляет распространенная в российской социальной рекламе тенденция применения негативных образов и приемов запугивания.

Восприятие социальной рекламы остается на сегодняшний день недостаточно изученной темой, не имеющей прочной методологической базы. Молодежная аудитория эту рекламу видит, формирует к ней определенное отношение, однако воздействие ее недостаточно. Хочется надеяться, что у российской социальной рекламы есть большие перспективы для роста ее значимости и влияния на современное общество.

Литература:

1. Слинко А.Е., Скляр С.С. Социальная реклама как объект восприятия: основные компоненты эффективного воздействия // Северокавказский психологический вестник. – 2009. – Т.7. – № 4. – С.16 – 24.
2. Леонтьева В.Л. Ценностные ориентации современного студенчества/ В сборнике «Коммуникативные среды информационного общества»: Тренды и традиции. Труды международной научно-теоретической конференции. 2016. С. 108-111.
3. Болгарева К.Р., Нехай В.Н. Особенности повышения эффективности социальной рекламы в продвижении ценностей молодежи // Кросс-культурное пространство литературной и массовой коммуникации: Материалы Международной научной конференции. – 2018. – С.219 – 222.
4. Лаврова Е.А., Леонтьева В.Л. Ценности и социальная реклама – есть ли связь? В сборнике «Технологии PR и рекламы в современном обществе»: материалы Всероссийской научно-практической конференции, С.-Петербург, 16-17 апреля 2019 г. – СПб.: ПОЛИТЕХ-ПРЕСС, 2019. – 434 с. – С.197 – 201.
5. Дудаев Г. С-Х., Хасуев А.Э. Социальная реклама как инструмент влияния на молодежь. Вестник экспертного совета, №2 (2), – 2015. – С. 117-121.
6. Алексеева Е.Н. Интернет как способ размещения социальной рекламы // Научное сообщество студентов XXI столетия. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ: сб. ст. по мат. LIX междунар. студ. науч.-практ. конф. № 11(59). URL: <https://sibac.info/archive/economy/11%2859%29.pdf> (дата обращения: 05.10.2019)

Кейс #ЯМЫИВАНГОЛУНОВ с позиций медиаэтики
Case #YAMYIVANGOLUNOV from the standpoint of media ethics

Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина
Pushkin State Russian Language Institute

В центре внимания – рассмотрение кейса #ЯМЫИВАНГОЛУНОВ. Автор изучает возникшее социальное явление с позиций медиаэтики с акцентом на солидаризацию профессионального медийного сообщества и российского общества в целом.

Ключевые слова: Иван Голунов, медиа, журналистика, медиаэтика.

In the center of attention is the consideration of the case #YAMYIVANGOLUNOV. The author studies the emerging social phenomenon from the standpoint of media ethics with an emphasis on the solidarity of the professional media community and Russian society as a whole.

Keywords: Ivan Golunov, media, journalism, media ethics.

2019 год войдет в новейшую историю отечественных медиа как время солидаризации не только профессионального медийного сообщества, но и российского общества в целом. Свидетельством тому можно считать кейс, связанный с репрезентацией так называемого «Дело Голунова». Следует напомнить, что И. Голунов является специальным корреспондентом сетевого издания «Медуза», автором ряда расследований и громких разоблачений (в частности, о положении похоронного бизнеса в стране, «черных кредиторах», программе реновации в Москве и др.).

6 июня 2019 года его задержали по подозрению в хранении и сбыте наркотиков, а в квартире журналиста были проведены обыски. Как отмечали правозащитники, данные процедуры осуществлялись с грубыми нарушениями и были направлены на достижение единственной цели – «воспрепятствования профессиональной деятельности» И. Голунова.

В то время как основные федеральные телеканалы (Первый канал, «Россия 1», «Россия 24», НТВ и др.) в выпусках своих информационных программ размещали информацию о якобы причастности журналиста к наркобизнесу, другие российские медиа (например, «Дождь», RTVi, «Эхо Москвы», «Новая газета», «Сноб», «Медиазона» и т.д.) адресовали свои запросы в Следственный комитет РФ, Генеральную прокуратуру РФ, МВД РФ и ГУ МВД по г. Москве с требованиями разобраться в «Деле Голунова».

А 11 июня 2019 года глава МВД В. Колокольцев заявил о прекращении уголовного преследования в отношении И. Голунова в связи с «недоказанностью вины». Полицейских, участвовавших в задержании, отстранили от службы. Кроме того, Президент России В. Путин уволил двоих высокопоставленных представителей силовых структур – главу управления по контролю за оборотом наркотиков ГУ МВД по г. Москве и начальника УВД по ЗАО столицы.

Сам кейс, связанный с репрезентацией «Дела Голунова» представляет особый интерес, поскольку, как было упомянуто выше, демонстрирует высокий уровень солидаризации. С одной стороны, это проявляется в инспирируемой в профессиональном медийном сообществе акции поддержки, когда 10 июня 2019 года сразу три ведущих российских печатных издания («Ведомости», «Коммерсантъ» и

«РБК») в своих номерах опубликовали на первых полосах одинаковое графическое изображение, позднее ставшее хештегом #ЯМЫИВАНГОЛУНОВ, как символ индустриальной поддержки и медийной корпорации, слияния я = мы и разделения ответственности.

С другой стороны, в обществе также наблюдается объединение. Согласно данным интент-анализа, осуществленного посредством системы «Медиалогия», с 6 по 11 июня 2019 года в комментариях пользователей социальных сетей «Facebook» и «ВКонтакте» превалировала риторика поддержки (68 %): «Мы все теперь – Иван Голунов» (Игорь ***); «Иван, мы вместе! Мы с тобой» (Анна ***); в совокупности с риторикой поиска справедливости (27 %): «Отстоим поправное имя любой ценой» (Владимир ***); «Докопаться до истины – наша общая задача» (Сергей ***). Кроме того, можно вычленить оценочную риторику относительно современного состояния журналистики в России: «Вот так можно пострадать за правду» (Ольга ***); «Он плачет не из-за себя, а из-за будущего журналистики в нашей стране» (Александр ***); «Свобода слова может стоить очень дорого» (Светлана ***).

По итогам проведенного исследования можно сделать вывод, что кейс #ЯМЫИВАНГОЛУНОВ позволяет заметить продолжающуюся в стране тенденцию [1], связанную с построением развитого гражданского общества как самоорганизующейся системы, фокусирующей на отстаивании интересов каждого его отдельного актора и подчеркивающей верховенство прав и свобод индивидов.

Литература:

1. Ефанов А.А. Медиа-репрезентация протестных настроений в зеркале социологии // Известия высших учебных заведений. Социология. Экономика. Политика. 2017. № 2. С. 63-67.

УДК 316.77, ББК 60.0

И.В. Бугаева¹, К.М. Сидорченко²

I.V.Bugayova¹, K.M.Sidorchenko²

bugaevaiv@mail.ru, kirill.sidorchenko@gmail.com

Заголовок статьи как средство манипуляции в интернет-СМИ The headline of the article as a means of manipulation on the internet mass media

¹Российский государственный аграрный университет-МСХА им. К.А. Тимирязева

²Московский государственный психолого-педагогический университет

Russian State Agrarian University - Moscow Timiryazev Agricultural Academy

Moscow state university of psychology and education

В статье исследуется вопрос манипуляции в Интернет-СМИ и средств влияния на читательскую аудиторию через заголовки. Система манипуляции СМИ рассматривается посредством коммуникации. В настоящей статье СМИ представляет из себя новостные сайты в сети Интернет, на материалах которых проводится анализ. Изложены модели коммуникации, разделенные на линейные и циркулярные. Среди последних выделяется модель О. Розенштока-Хюсси, так как в ней главным действием является не «говорить», а «слушать» чтобы продолжить процесс коммуникации. Проводится аналогия между моделью О. Розенштока-Хюсси и Интернет-новостями, где наблюдается ответная читательская реакция «продолжить» в виде лайков / дизлайков, комментариев и кликов, а также когда читатель становится автором. Рассматривается связь между заглавием и новостной статьей. Наблюдается разрушение коммуникации из-за эффекта обманутого ожидания с целью манипуляции читательской аудиторией. Приведены примеры подобных заглавий и их анализ. Главным

выводом стало то, что заглавия с обманутым ожиданием создаются специально для привлечения читательского внимания. Таким образом на целевую аудиторию оказывается коммуникативное влияние.

Ключевые слова: манипуляция сознанием, информационное общество, коммуникативное общество, коммуникативная эффективность, социальные сети, заголовок статьи, тактика обманутого ожидания.

The article represents the question of manipulation in the Internet mass media and means of influencing the reader through headlines. The mass media manipulation system represents like communication. In this article, the mass media is news sites on the Internet, the materials of which are analyzed. Also this article represents communication models which divided into linear and circular. Among the latter, the model of Eugen Rosenstock-Huussy stands out, since the main action in it is not to «speak», but to «listen» in order to continue the communication process. An analogy is drawn between the model of Eugen Rosenstock-Huussy and Internet news, where there is a reader's response «continue» in the form of likes / dislikes, comments and clicks, as well as when the reader becomes an author. The connection between the title and the news article is examined. There is a breakdown in communication due to the effect of defrauded expectations in order to manipulate the readership. Examples of such titles and their analysis are given. The main conclusion was that titles with deceived expectation are created specifically to attract reader's attention.

Keywords: manipulation of consciousness, information society, communicative society, communicative efficiency, social networks, headline, tactics of deceived expectations.

В исследованиях последних лет, направленных на изучение коммуникации, стала подвергаться критическому анализу концепция современного общества как информационного. В частности, О.Я. Гойхман выдвинул гипотезу «коммуникативного общества как формы совместной деятельности людей» [4]. В таком обществе информация расценивается как средство ускорения общественного развития. Наблюдения за коммуникацией в интернет-пространстве и анализ текстов позволяют не только поддержать гипотезу О.Я. Гойхмана, но и привести факты и доказательства формирования нового вида общества – коммуникативного.

Возрастающая роль коммуникативного фактора подтверждается и исследованиями лексики. Так, изучая структуру лексической семантики, А.В. Рудакова и И.А. Стернин ввели понятие коммуникативного значения слова, что определяется как «обобщение различных зафиксированных в контекстах наборов актуализированных сем значений» [6]. Используя возможности Национального корпуса русского языка, с помощью коммуникативно-семантического анализа И.А. Стернин провел описание сем, которые актуализируют значения лексем в разных коммуникативных ситуациях и позволяют выявлять употребительные и неупотребительные, новые и устаревшие значения, окказиональное употребление и семное варьирование значений описываемых лексем в современных контекстах. Другими словами, коммуникативно-семантический анализ позволяет представить весь спектр значений и возможности их варьирования в современном языковом сознании [6].

Наблюдая за процессами в медиапространстве, необходимо рассмотреть, с одной стороны, причины разочарований читателей текстов Интернет-СМИ, высказанные в комментариях, и, с другой стороны, выявить мотивы редакторов и журналистов, использующих тактику «обманутого ожидания», которая расценивается как манипулятивная технология. Исследование придерживается коммуникативного подхода для изучения восприятия читателями публицистических текстов в Интернет-СМИ. Для понимания поведения человека в условиях Интернет-пространства

необходимо рассмотреть модели коммуникации, например, представленные в трудах К. Бюллера, Р. Якобсона, У. Осгуда-Шрамма, О. Розенштока-Хюсси.

Немецкий ученый К. Бюллер разработал линейную «Модель Органона», в основе которой заложены такие языковые функции как экспрессивная, репрезентативная и конативная [9]. Лингвистическая модель коммуникации Р. Якобсона, основывающаяся на «Модели Органона» включает шесть компонентов (адресант, адресат, сообщение, контакт, контекст, код), коррелирует с основными функциями языка и успешно применяется в лингвистике, социолингвистике, социологии массовых коммуникаций [8].

Циркулярная модель Осгуда-Шрамма принципиально отличается от предыдущих линейных моделей и представляет коммуникацию как непрерывный процесс [14]. Подробнее остановимся на значительно отличающейся модели коммуникации О. Розенштока-Хюсси. Ученый предложил модель без таких обязательных компонентов как адресант и адресат и без коммуникативного акта, замкнутого на себе, а схему открытого процесса, состоящего из четырех этапов: слушать – говорить – продолжать – согласовывать [5]. По мнению О. Розенштока-Хюсси, речевая коммуникация начинается с такого действия как «слушать». Участник акта должен слушать себя, чтобы не допустить ошибки во время разговора. «Пока вы не поняли себя – другого вы точно не поймете», – писал философ [5]. Второй этап представляет из себя действие «сказать». Но в данной модели это не главный компонент, а промежуточный, потому что сказать нужно не для того, чтобы воздействовать на реципиента, а для того, чтобы он продолжил речь. Если адресант говорит о том, что реципиенту важно и интересно, он продолжит диалог. Следовательно, третий этап заключается в действии «продолжать». Заключительный четвертый этап – «согласие», которое охватывает три предыдущих, в результате чего и получается циркулярная модель.

Применим схему О. Розенштока-Хюсси к Интернет-общению, где коммуникация – это абсолютно открытый и разнонаправленный диалог. В Интернет-пространстве это выглядит в виде комментариев, лайков, репостов, то есть – определенная реакция читателей. По нашему мнению, именно модель О. Розенштока-Хюсси может помочь максимально объективно описать процесс коммуникации в Интернет-среде.

Примечательны работы таких ученых как профессора Университета Осло и Акерсхусского колледжа прикладных наук Марии Коноу-Люд и профессора Шведского университета обороны Евы-Кэрин Оллсон. В их известной работе «Проблема социальных медиа в отношении журналистских норм и ценностей во время террористической атаки» [12] рассматривается процесс, когда простые граждане, пользователи социальных сетей могут быть не только читателями новостей, но и их авторами. Так, после терактов в Норвегии, произошедших в 2011 году, пользователи делились пережитыми впечатлениями и горем, что привлекло мировые СМИ к выложенным в интернете их рассказам. Продолжая тему социальных сетей, нельзя не упомянуть такого ученого как Сет Льюис, рассматривавшего вопросы интернет-журналистики, что так популярно в последнее время [13].

Интернет, во-первых, как интерактивная платформа, позволяет человеку быть не только потребителем информации, но и своеобразным соавтором, дополняя, оценивая, высказывая собственную точку зрения в комментариях. Из пассивного потребителя материалов традиционных СМИ интернет-пользователь становится активным участником. Интернет способствовал вовлечению широкой и разнородной аудитории в то, что М. Кастелс называет «сферой массовых самокоммуникаций» [10]. Польский ученый Жан Виктор под этим подразумевает «феномен обратной связи через такие дискурсы как интернет-комментарии, форумы (дискуссионная группа), блоги, фан-страницы (в социальных сетях), электронная почта» [15].

Переходя к анализу тактики «обманутого ожидания» как манипулятивной технологии следует выделить связь между заголовком, статьей и стоящим между ними посредником – читателем. Количество просмотров, лайков, показатель дочитываемости текстов определяют статистику и разного рода рейтинги, «которые являются важными показателями эффективности средства массовой информации, что напрямую влияет на экономические показатели (прибыль, финансирование)» [2]. Стремление увеличить посещаемость веб-страницы любыми способами даже в ущерб точности и правдивости информации особенно на платформах типа Дзен привело к появлению термина *clickbait*. Так называют контент, целью которого является манипулятивное воздействие на читателя, чтобы он перешел на рекомендуемый ресурс [11]. Журналисты и редакторы, выпускающие подобные материалы, специально искажают смысл заголовка, преувеличивают факты или ценность события, утаивают информацию или второстепенную информацию представляют ключевой. Обычному читателю сложно отличить кликбейтный заголовок от привычного информативного.

Рассмотрев примеры, в которых содержание статьи не соответствует ожиданиям читателя после прочтения заголовка, можно прийти к выводу о том, что заголовок, ранее выполнявший основную аттрактивную функцию, начинает выполнять манипулятивную функцию. После знакомства с заголовком у читателя благодаря имеющимся фоновым знаниям складывается некоторое представление о содержании статьи и о ее основной теме. Дальнейшее чтение разочаровывает, так как текст не соответствует ожиданиям, лишь косвенно соотносится с темой, заявленной в заглавии.

Проанализируем текст под названием *«Василий Лановой: утрата любимой женщины и новая возлюбленная актера»*. Современные читатели знают, что уже почти пятьдесят лет актер женат на И. Купченко, что является имплицитной информацией. Такой заголовок невольно вызывает беспокойство, и напрашивается вопрос, что же случилось с любимой многими актрисой. В свете последних скандалов и бракоразводных процессов в актерских семьях, которые широко и подробно освещаются в разных СМИ, подобный заголовок настраивает не на позитивную информацию, а настораживает. На самом деле текст посвящен истории трех браков В. Ланового. Никакой новости в тексте нет. Трагически погибла вторая жена Т. Зябликова, а новой возлюбленной в 1972 году стала И. Купченко. Первую реакцию читателей можно сформулировать так: «Слава Богу, Ирина Купченко жива». Потом возникает вопрос, так, о чем, собственно, статья? Заголовок призван только привлечь

внимание читателей и поклонников известного актера, никакой информационной функции текст не выполняет.

Второй пример статьи под заголовком *«Зеленский заявил о взятии Дюнкерка украинскими казаками»*. У многих молодых читателей невольно складывается впечатление, что украинская армия предприняла какие-то военные действия. На самом деле речь идет о своеобразном переписывании или политически ангажированной интерпретации истории. Дюнкерк – французская крепость, которую, по словам президента Украины В. Зеленского, захватили казаки под предводительством гетмана Богдана Хмельницкого. Президент Украины В. Зеленский во время празднования Дня независимости страны заявил, что «не совсем правильно говорить», будто Украине всего 28 лет. Пытаясь сдвинуть хронологические границы возникновения государственности Украины, В. Зеленский в качестве доказательства своей гипотезы привел пример того, как казаки, помогая французам, взяли крепость Дюнкерк в XV веке. На примере этого новостного заголовка наблюдается ангажированная интерпретация исторических событий, смещение временных границ.

Следующий заголовок *«Большой китайский брат»* дает понять, что речь в статье пойдет о Китае, стране с огромным населением. На самом деле статья рассказывает о том, как устроена система тотального контроля за населением, и что Китай становится основателем цифровой диктатуры. В Китае стремительно развиваются технологии умных городов, повсюду устанавливаются специальные штрих-коды и метки радиочастотной идентификации (RFID-метки). Благодаря этим технологиям создана система социального рейтинга, которая построена по сетевому принципу. Данная система стала частью программы внедрения тотальной слежки и получила название «Большой брат».

Недоумения у большинства читателей вызвал заголовок *«Россия атаковала турецких военных в Сирии»*. Всем известно, что в последнее время между Россией и Турцией складываются взаимовыгодные отношения. Президенты обеих стран неоднократно встречались, в последний раз на авиасалоне МАКС-2019 в Москве, основные разногласия последних лет решены, товарооборот и туристический поток восстановлены. Эта имплицитная информация находится в полном противоречии с заголовком, из которого следует, что «российские военные атаковали турецкие войска». Подобное агрессивное заявление вызывает обеспокоенность и желание выяснить, что же случилось на самом деле. При чтении статьи выясняется, что группы боевиков и антиправительственных сирийских сил прикрываются турецкими наблюдательными пунктами. Российские самолеты наносили удары по местам скопления боевиков, а не по турецким наблюдательным пунктам. Такое искажение фактического материала вызывает недоумение и может привести к международному недопониманию и дипломатическим конфликтам.

Таким образом, отношения между двумя основными структурными элементами медийного текста могут быть следующими:

1. полная корреляция;
2. частичная корреляция;

3. парадоксальная корреляция, вызванная использованием тактики «обманутого ожидания».

Коммуникативное значение заголовка можно описать с помощью коммуникативно-семантического анализа и сравнения имплицитной информации заголовочного комплекса с главной темой основного текста.

Традиционно считается, что в названии статьи представлена актуальная тема контента и выражена авторская интенция, следовательно, читатель ожидает проекцию темы и мотива на последующее содержание материала. Можно сказать, что наблюдается непосредственная связь обозначенной в заголовке темы со статьей. Но не всегда такие ожидания оправдываются, и тогда возникает эффект обманутого ожидания.

В традиционных СМИ привлечение читательского внимания осуществлялось в основном с помощью стилистических средств и языковой игры [3]. С появлением платформы Яндекс Дзен количество текстов с несоответствием или частичным соответствием темы заголовка и основного текста значительно возросло, что начинает вызывать недоверие у читательской аудитории к данному источнику информации, в частности, и к новостным порталам в целом. Происходит «дискурсивная диверсия», под которой О.Д. Шипунова понимает «переворачивание и переформатирование традиционного смыслового поля в индивидуальном и массовом сознании» [7].

Более того, современный читатель не хочет, чтобы его только информировали, он предпочитает быть участником если не событий, то их обсуждения, активным пользователем информацией, что проявляется в написании комментариев, оценки публикации через лайки и дизлайки. Следовательно, основными характеристиками коммуникативного процесса в сети Интернет являются «автономность, вариативность, виртуальность, интерактивность» [1].

Заголовки любых текстов следует рассматривать как особые коммуникативные единицы, основной функцией которых является привлечение внимания целевой аудитории. Заголовок в Интернет-СМИ приобретает манипулятивную функцию коммуникативного воздействия. Значение имплицитной информации и фоновых знаний в оценке заголовков уменьшается. Анализируя заголовки, целесообразно выделить такой критерий как коммуникативная эффективность.

Новые информационно-коммуникационные технологии, стремительно проникающие в повседневную жизнь человека, формируют новую модель мира – коммуникативную.

Литература:

1. Беспалова И.В. Характеристика коммуникативного процесса в социальных сетях // Вестник Нижегородского ун-та им. Н.И. Лобачевского, 2017. № 3. С. 196-199.
2. Бугаева И.В. Заголовки в Интернет-СМИ: приемы привлечения внимания целевой аудитории // Медиариторика и современная культура общения: Наука-Практика-Обучение: Сборник статей XXII Международной научной конференции / Отв. ред. В.И. Аннушкин. М.: Изд-во ГИРЯП, 2019, С. 39-43.
3. Бугаева И.В., Сидорченко К.М. Параметры привлекательного для целевой аудитории заголовка СМИ // Известия Юго-западного государственного университета. Серия: Лингвистика и педагогика. Курск, Изд-во ЮЗГУ, 2019. Том: 9. Номер: 2 (31) Год: 2019 С. 41- 48.

4. Гойхман О.Я. Современное общество: информационное или коммуникативное? Научные исследования и разработки. Современная коммуникативистика. М.: «ИНФРА-М». 2014. Том: 3 № 6. С. 4-9. DOI: 10.12737/7157
5. Розеншток-Хюсси О. Речь и действительность. М.: Лабиринт, 2008. 270 с.
6. Рудакова А.В., Стернин И.А. О понятии коммуникативного значения слова // Коммуникативные исследования. 2017. № 1 (11). С. 36-48.
7. Шипунова О.Д. Традиционная когнитивная технология манипулирования // Коммуникативные среды информационного общества: Тренды и традиции: Труды Межд. научно-теоретич. Конф. СПб: Издательство Политехнического ун-та, 2016. С. 193-196.
8. Якобсон Р. О. Лингвистика и поэтика. Библиографическая информация: // Структурализм "за" и "против". М., 1975. С. 193-230.
9. Bühler, Karl (1934/1990). The Theory of Language: The Representational Function of Language (Sprachtheorie), p. 35. Translated by Donald Fraser Goodwin. Amsterdam: John Benjamin's Publishing Company. ISSN 0168-2555.
10. Castells, M. (2010). Communication power: mass communication, mass self-communication, and powerrelationship in the network society. In Curran, J. (Ed.), Media and society (p. 3-17). London.
11. Frampton, Ben (14 September 2015). "Clickbait - the changing face of online journalism". BBC. Retrieved 12 June 2018.
12. Konow-Lund, M., & Olsson, E.-K. (2017). Social Media's Challenge to Journalistic Norms and Values during a Terror Attack. Digital Journalism, 5(9), 1192-1204.
13. Lewis, S. C., & Molyneux, L. (2018). A Decade of Research on Social Media and Journalism: Assumptions, Blind Spots, and a Way Forward. Media and Communication, 6(4), 11-23.
14. Schramm W. How Communication Works. // Process and Effects of Mass Communication. / Ed.: W. Schramm. – Urbana: University of Illinois Press, 1954.
15. Wiktor, J. W. (2013). Komunikacja marketingowa. Modele, struktury, formy przekazu. Marketing communication. Models, structures, forms of communication. Warszawa: PWN.

УДК 007.51, ББК 66.05

А.Е. Ворожун
Anastasia Vorozhun, 13timur213@gmail.com

Современное общество и технологии информационных манипуляций в XXI веке Modern society and information manipulation technologies in the XXI century

*Санкт-Петербургский государственный университет
St.Petersburg University*

Статья посвящена рассмотрению технологий информационных манипуляций поведением и сознанием общества, которые проникают в каждый дом через средства массовой информации и которым человек не может противостоять.

Ключевые слова: технологии манипуляции, информационное общество, политика, демократическое общество, тоталитаризм, глобализация.

The article is devoted to the consideration of information manipulation technologies by the behavior and consciousness of society. At the present stage of the development of the information society, methods are being introduced to manipulate the consciousness of people that have spread globally. There are hidden methods of manipulation that affect the consciousness of the individual.

Keywords: manipulation technologies, information society, politics, democratic society, totalitarianism, globalization.

Термин «манипуляция», подразумевающий под собой вид духовного, информационного, психологического воздействия на психические структуры человека, всегда присутствовал в жизни общества на всех ее исторических этапах. С середины XX века по причине стремительного технологического прорыва значение

термина «манипуляция» приняло глобальные размеры. Подобное значение этой «технике» дал немецкий социолог Герберт Франке в своей книге «Манипулируемый человек» (1964): «Под манипулированием в большинстве случаев следует понимать психическое воздействие, которое производится тайно, а, следовательно, и в ущерб тем лицам, на которых оно направлено. Простейшим примером тому может служить реклама» [1]. Становится актуальным вопрос: как не попасть под манипуляции со стороны политических сил, продвигающих деструктивные взгляды, нагнетающих атмосферу враждебности.

Несмотря на ряд проблем, появившихся на пути развития информационного общества, таких как сетевые войны, риск вытеснения беднейших стран на обочину мирового хозяйства, распространение терроризма, быстрое распространение экономических кризисов [2], технология манипуляции сознанием активно развивается. Манипуляторы стараются тщательно скрывать истинную цель своих действий, ставят своей задачей изменение мнений, побуждений и целей людей в нужном власти направлении. Методы манипуляции сознанием как средство достижения власти возникает и в гражданском обществе, существующем в условиях представительной демократии, которая сегодня воспринимается как антипод различным видам тоталитаризма [3].

В постиндустриальном обществе национальные информационные ресурсы являются основной экономической ценностью, его источником богатств, самым большим капиталом [4]. Пользуясь этим, правительства вторгаются в источники информации, стремясь внедрить тезисы, которые повлияют на сознание людей, внушить молодому поколению определенные модели поведения. Основными общественными институтами, оказывающими на данный момент наибольшее влияние на человека, является школа, средства массовой информации, наука, культура и отдельно можно выделить телевидение и интернет [5].

Очень сложно порой распознать тонкую технику информационного манипулирования в современном обществе. Стоит укреплять свое сознание, создавать «барьер», через который манипуляторы не смогут управлять нашим поведением на расстоянии. Необходимо внести изменения в систему образования, с помощью которой на протяжении многих веков воспитываются подрастающие поколения, чтобы защититься от манипуляций, несущих деструктивный характер. И, кроме того, важно развивать свою личность, научиться мыслить, чтобы иметь возможность строить свою жизнь и жизнь своей страны по собственным законам и убеждениям. Актуальность данной темы не вызывает сомнения, так как невозможно не быть объектом манипулирования, имеющего тотальный характер, но возможно постараться уменьшить его влияние на наше сознание.

Литература:

1. Кара-Мурза С.Г. Манипуляция сознанием. Век 21.М: «Алгоритм», 2015, 456 с.
2. Мичурин А.Н. Проблемы становления информационного общества в России 21 века/ В сборнике: Петербургская весна культуры материалы XIV международного форума. 2016.С.9-15.
3. Кара-Мурза, С.Г. Власть манипуляции. М.: Москва, 2014, 384 с.

4. Мичурин А.Н. К вопросу о становлении информационного общества в 21 веке/ В сборнике: Коммуникативные стратегии информационного общества Труды X Международной научно-теоретической конференции. 2018. С. 73-76.
5. Мичурин А.Н. Проблемы формирования информационного общества в России и мире/ В сборнике: Коммуникативные стратегии информационного общества Труды X Международной научно-теоретической конференции. 2017. С. 30-32.

УДК 004(09), ББК 32.81 Ч6

М.А. Мосейчук
Marharyta Moseichuk, st076591@student.spbu.ru

Методы манипуляции информационным обществом в XXI веке Methods of the information society manipulation in the XXI century

*Санкт-Петербургский государственный университет
St. Petersburg University*

Современное общество живет в эпоху информационных технологий, которые способны управлять поведением и сознанием людей, что в свою очередь приводит к глобальной манипуляции. Создаются новые методы манипуляций, которые подбираются согласно мишеням психологического воздействия. Эти методы требуют пристального изучения и внимания.

Ключевые слова: информационные технологии, управление поведением и сознанием, глобальная манипуляция.

Modern society lives in the age of information technologies, that is able to control people's behaviour and consciousness, which in turn, leads to global manipulation. New methods of manipulation, that are chosen according to targets of psychological impact, are created. These methods require a close study and attention.

Key words: information technology, behaviour and consciousness control, global manipulation.

Характерной чертой современного мира стали ускоренные темпы развития передовых информационных и цифровых технологий, которые охватывают все направления деятельности человека. Данные технологии способны управлять поведением и сознанием людей, независимо от их местонахождения, социального положения и образования. Так, А.Н.Мичурин рассматривает четвертую информационную революцию как «вызов истории» современной цивилизации [1]. Большинство людей живут в информационном поле, не контролируя и не анализируя воздействие, оказываемое на них информацией, которая препятствует их свободе выбора даже на уровне воображения.

Все это, естественно, может снизить устойчивость психики личности к различным информационным воздействиям. Личность считается устойчивой, если она способна произвести критический анализ, оценку воспринимаемой информации и принять объективное решение на основе этой информации [2].

Цель данной работы - определение специфики скрытого управления сознанием и поведением людей, а объектом исследования выступают сознание человека и скрытые глобальные методы манипуляции им.

Согласно А.А.Гостеву, психологическая манипуляция - это скрытый тип социального воздействия, который также именуется социально-психологическим феноменом, целью которого является программирование мнений и взглядов человека, обусловив при этом его дальнейшее поведение. Заметим, что поведение определяется способностью изменять свои действия под влиянием внутренних и внешних факторов, а сознание - способностью мыслить и рассуждать. Преднамеренное информационное влияние на людей блокирует поиск людьми самостоятельных ответов на происходящее [3].

Информационные технологии сегодня являются основной угрозой информационно-психологической безопасности личности. 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 [4].

Разделяем мнение Н.В. Задохиной и Г.Г. Попова, согласно которому эффект воздействия информационной среды на человека находится в зависимости от того, какие методы воздействия при этом используются, а именно:

- *заражение* - это передача определенного эмоционально-психического настроения, воздействует на эмоционально-бессознательную сферу человека;

- *внушение* - это воздействие на бессознательное, но вербальными средствами, которые направлены на снижение критичности человека при приеме информации. Внушение тем значимее, чем более авторитетен источник информации. Внушаемость, выше у лиц со слабой нервной системой, с резким колебанием настроения;

- *убеждение* - это воздействие на логическое мышление, разум человека. В процессе убеждения часто используются следующие манипуляции: подмена тезиса в процессе доказательства; использование для доказательства тезиса доводов, которые его не доказывают или верны частично; применение заведомо ложных доводов и др.;

- *подражание* - это воспроизведение деятельности, поступков, качества другого человека [5].

Отметим, что на сегодняшний день люди находятся во власти «скроллинга». Под термином «скроллинг» понимаем форму передачи представления информации, которая может просматриваться пользователем как в вертикальном, так и в горизонтальном направлениях. Человеку кажется, что он становится умнее от постижения информации в ленте соцсетей и новостей, ощущая при этом выброс эндорфинов. Однако при этом он не пользуется своим интеллектом, что приводит к снижению умственной деятельности мозга.

Отсюда видим, что подавляющее количество людей живет в виртуальной реальности, полагая, что они обладают большим количеством знаний, которые могут применить в своей жизни. Однако, возвращаясь в действительность и сталкиваясь с реальными задачами, у них возникают трудности из-за своей неспособности их решить. Таким образом, внешнее благополучие в соцсетях никак не перекрывает внутреннюю пустоту людей, что делает их легкоуязвимыми для манипуляторов. Также необходимо учитывать, что методы манипуляций подбираются согласно мишеням психологического воздействия, которые представляют собой ценности, интересы, потребности, мировоззрение, привычки, умения, стиль поведения, религию человека.

Объем информации к концу XX - началу XXI века увеличился более чем в 30 раз. Это явление получило название «информационного взрыва» [6]. Таким образом информация становится главным методом к управлению сознанием и поведением

человека, а от ее качества зависит его выбор. Важно, что в среде данного «информационного взрыва» человеку трудно фильтровать такое количество поступающей информации. Это и есть основная причина существования различных методов манипуляции и их активного использования. Изучение психологической безопасности человека от методов информационных воздействий должно выходить на глобальный уровень.

Литература:

1. 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.
2. Федорова О.Н. информационно-психологическая безопасность личности в информационном обществе//«Вестник Дальневосточного государственного технического университета №2(7). 2011. С. 21-34.
3. Гостев А.А. Глобальная психоманипуляция: психологические и духовно-нравственные аспекты. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2017. 170 с.
4. Мичурин А.Н. К вопросу о становлении информационного общества в XXI веке/Коммуникативные стратегии информационного общества: Труды X Международной научно-теоретической конференции. 26-27 октября 2018 СПб.: Изд-во Политех.ун-та, 2018. С. 73-76.
5. Задохина Н.В., Попов Г.Г. Психологическое воздействие информационной среды на современного человека//Вестник Московского университета МВД России № 7.2016. С. 245-247
6. Toffler A. Powershift: Knowledge, Wealth and Violence at the Edge of the 21st Century. Plaza & Janes, 1990. 585 p.

УДК 324+07.017

ББК 66.042.11+76.0

К.Е. Виноградова, О.В. Дегтярева, А.А. Кашук
Ksenia Vinogradova, Olga Degtyareva, Aleksandr Kashchuk
vinogradovamail@gmail.com, olgaspb2008@mail.ru, akashuk@yandex.ru

Сравнительный анализ методов освещения выборов Президента РФ-2012 и выборов президента США-2016

Comparative analysis of election lighting methods of the president of the Russian Federation - 2012, and the election of the president of the USA - 2016

*Северо-Западный институт управления Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (СЗИУ РАНХуГС)
North-West Institute of Management, branch of RANEPA, Saint-Petersburg*

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 кампании.

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.

Keywords: mass media, socio-political institution, mass communication, manipulation, mass consciousness, election campaign

Политическая роль СМИ 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. Они активно участвуют в проведении выборов, прежде всего, в предвыборной агитации, а также в осмыслении результатов выборов, в анализе прошедшей избирательной кампании после ее завершения [1. с.211].

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 [1; 2; 3].

Опыт политической истории показывает, что СМИ обладают многими техническими и моральными возможностями, чтобы выполнять разные политические задачи: как информировать людей, так и дезинформировать [1. с. 392]. 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. При этом 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 [4. с. 432].

Роль СМИ в избирательном процессе зависит от многих разнохарактерных факторов, из которых можно назвать национальные традиции, особенности исторического пути, доминирующие этические представления в какой-то конкретной стране или регионе и т.д. [5] Использование средств массовой информации в избирательных политических процессах может иметь разные формы, которые можно классифицировать по разным признакам, например, по субъектам или по содержанию [6. с.65].

С точки зрения социокультурной прагматики, формирование общественного сознания и управление людьми посредством коммуникации имеет огромное преимущество. Например, при использовании определенных приемов гипнотического и массированного воздействия, может резко уменьшиться необходимость применения физического насилия. Незачем, например, устраивать кровавые расправы над оппозицией: намного выгоднее, используя возможности информационно-психологического воздействия, наставить массы на «единственно верный» путь, чем восстанавливать народное хозяйство после гражданской войны или иных внутренних потрясений. Причем информационно-психологическое воздействие может быть

направлено не только на соотечественников, но и на зарубежного противника, что позволяет существенно уменьшить количество жертв и затрат на ведение военных действий [7. с. 45].

В результате исследования публикаций выборов президента России 2012 года и выборов президента США 2016 года, российских средств массовой информации, методы использовались совершенно разные. Объясняется эта разница, вне всякого сомнения, субъективным отношением авторов материалов к описываемым и анализируемым ими политическим процессам. Выборы в России публицисты в целом описывают более субъективно, более эмоционально, на основании личных убеждений и личного чувственного опыта. Избирательный процесс же в США они описывают более отстраненно, более равнодушно, с позиций постороннего наблюдателя.

Подавляющее большинство материалов российской прессы, освещающей ход предвыборной кампании 2012 года, можно разделить на две основные категории: «позитивные материалы» и «негативные материалы».

К «позитивным материалам» можно отнести те публикации, в которых изложена чистая информация или какие-то планы и обоснования, в том числе и программные тексты кандидатов в президенты. Слово «позитивный» использовано не как оценочная характеристика в смысле «хороший», а как понятие научной методологии. Позитивизмом в таком понимании называется научный метод исследования, основанный только на анализе достоверных фактов.

Вторую группу публикаций отечественной прессы несколько условно можно отнести к «негативным» публикациям. В этом названии представлен как методологический подход авторов подобных материалов, противоположный позитивизму и основанный во многом на чувствах, эмоциях, мнениях при отсутствии доказательств, так и общая откровенно негативная, депрессивная направленность подобных публикаций.

Среди «позитивных материалов» важнейшее значение имеют статьи, написанные самими кандидатами в президенты, из них наиболее плодовитым публицистом оказался В. В. Путин, опубликовавший в ходе предвыборной кампании в различных федеральных СМИ целых семь крупных программных статей:

- *Россия сосредотачивается – вызовы, на которые мы должны ответить (Известия. – 2012. – 16 января);*
- *Россия: национальный вопрос (Независимая газета. – 2012. – 23 января);*
- *О наших экономических задачах (Ведомости. – 2012. – 30 января);*
- *Демократия и качество государства (Коммерсантъ. – 2012. – 6 февраля);*
- *Строительство справедливости. Социальная политика для России (Комсомольская правда. – 2012. – 13 февраля);*
- *Быть сильными: гарантии национальной безопасности для России (Российская газета. – 2012. – 20 февраля);*
- *Россия и меняющийся мир (Российская газета - Неделя. - 2012. – 27 февраля).*

Как можно отметить из названий публикаций, автор поставил перед собой сложную задачу – в формате газетных статей выразить свои представления обо всех

сторонах жизни России, обо всех стратегических направлениях, в которых он будет проводить работу после избрания в президенты.

Другие кандидаты в президенты РФ также в ходе предвыборной кампании выступали в качестве публицистов.

- *Зюганов Г. А. ПРФ в случае победы на выборах – 2012 обещает выборы новой Думы (РИА Новости. – 2011. – 17 декабря).*

Кандидат в президенты Г. А. Зюганов, помимо обещаний в случае своей победы на выборах президента РФ, обещал досрочно провести новые выборы в Государственную Думу РФ, значительную часть публикации уделил критике существующей в стране политической системе.

В. В. Жириновский также написал и опубликовал ряд статей, например:

- *Жириновский В. В. Политические судороги (Независимая газета. – 2011. – 19 мая);*

- *Жириновский В. В. Хватит терпеть! [электронный текст]. Режим доступа: <http://omvesti.ru/2012/02/13/xvatit-terpet-programmnaya-statya-zhirinovskogo/> – 2012. – 13 февраля.*

Обе статьи имеют примерно одинаковую структуру – в них в чрезвычайно негативных выражениях описывается полный развал, упадок, разброд и шатание во всех сферах российской действительности, и даются обещания светлого будущего в случае избрания Жириновского президентом РФ. Обе статьи выполняют рекламнопропагандистские функции, содержат призыв голосовать за В.В. Жириновского и ЛДПР. Автор не использует традиционный для оппозиции прием обвинения действующей власти в «фальсификации выборов».

Существенно отличается от материалов других кандидатов статья М. Д. Прохорова:

- *Прохоров М. Д. Смысл по дереву; (Русский пионер. – 2011. – №10).*

Этот кандидат в президенты РФ не описывал свои планы и программы, не писал о том, как плохо живется в стране всем без президента Прохорова, и не обещал светлого будущего при президенте М. Д. Прохорове. Он избрал другой подход – говорил о себе, излагая собственные мысли, взгляды, жизненный опыт, причем достаточно художественным, отчасти даже поэтическим языком. М. Д. Прохоров обращался не к логике и не к фактам, а к чувствам избирателей, пытался донести до своей аудитории то, какая тонкая, нежная и чистая душа у этого кандидата. Вероятно, такой подход, на взгляд автора, должен был оказать максимальное воздействие.

К категории «негативных материалов» о президентской избирательной кампании 2011-2012 годов отнесены материалы критически, неодобрительно оценивающие как конкретную избирательную кампанию, так, в большинстве случаев, так и все политические и социально-экономические процессы в стране. Точнее, закономерность здесь, вполне очевидно, обратная – из неодобрительного отношения к политической и социально-экономической ситуации в стране вытекает априорно отрицательное отношение и к избирательным кампаниям. В качестве примеров статей такой категории рассмотрены следующие материалы:

- *Выбери меня, выбери меня* (Рябова Д. *Частный корреспондент*. - 2011. - 7 сентября);
- *Почему Явлинского сняли с выборов?* (И. Осипов, А. Петяев // *Forbes*. - 2012. - 24 января);
- *Автопробег «Москва сжимает белое кольцо»*; Ошаров Р. *Аргументы недели*. - 2012. - 20 февраля);
- *Путин и митинг*; (*Московский комсомолец*. - 2012. - 24 февраля);
- *Петербург. Митинг*; (*Независимая газета*. – 2012. – 25 февраля);
- *«Большой белый круг»: кольцо сомкнулось*; (*Аргументы недели*. - 2012. - 26 февраля);
- *Выборы в России и перспектива дискредитации президентства*; (*VOA News*. - 2012. - 3 марта).

Эти материалы насыщены трансляцией отрицательных эмоций, переданных посредством соответствующей лексики, описывают российскую действительность в предельно мрачных тонах, что близко к тому, как интерпретирует действительность В. В. Жириновский. Но, в отличие от Жириновского, авторы подобных публикаций не предвидят ничего хорошего для России в обозримом будущем, и прогнозируют только ухудшение положения во всех сферах жизни.

Среди массива публикаций СМИ, освещавших ход президентской выборной кампании в США, также были выявлены материалы двух больших групп, но не вполне таких же, как и в публикациях, освещавших президентскую кампанию в России.

Первую из этих групп можно назвать группой «позитивных материалов», это публикации, излагающие какие-то существенные факты о президентской кампании, иногда с авторской оценкой, иногда с анализом той или иной глубины, но в общем тексты дают комплементарную оценку как будущему, так и происходящему, в том смысле, что они дают важную информацию о ходе президентской избирательной кампании в США, и, в том числе, и информацию для размышления.

Тексты второй группы с некоторой условностью можно назвать также «негативными», но имеющими другую функцию – привлечения внимания посредством скандальных фактов, поскольку они описывали какие-то острые, иногда неудобные, иногда пикантные моменты и штрихи президентской избирательной кампании в США в прошлом году.

В качестве примеров «позитивных текстов» можно назвать следующие материалы:

- *Трамп в поисках вице-президента встретился с сенатором из Айовы* (*Ведомости*. – 2016. – 6 июля);
- *Обама впервые принимает участие в предвыборном мероприятии Клинтон* (*Век*. - 2016. - 6 июля);
- *Дональд Трамп выбрал Майка Пенса*; (*Вести*. - 2016. - 15 июля);
- *Хиллари Клинтон и Тим Кейн: первое совместное выступление в ходе предвыборной кампании* (*Газета*. – 2016. – 24 июля);

- *Хиллари Клинтон официально выдвинута кандидатом в президенты (Известия. - 2016. - 27 июля);*
- *На встречах с Нетаньяху Трамп и Клинтон пообещали поддерживать Израиль; (Литературная газета. – 2016. – 26 сентября);*
- *Первые дебаты Клинтон и Трампа прошли без сюрпризов (Новая газета. – 2016. – 27 сентября).*

Содержание этих материалов вполне соответствует их названиям, по таким материалам можно достаточно подробно проследить за всем ходом предвыборной кампании. В этих публикациях мало авторских мнений и оценок, тексты носят в большей степени информационный характер, авторы статей не имеют явной склонности поддерживать того или иного кандидата или, напротив, борются против кого-то из них. Российская пресса в предвыборной борьбе в США вполне откровенно не участвовала. По крайней мере, в заметных масштабах. Вполне вероятно, что те или иные публицисты и могли иметь личные пристрастия к Д. Трампу или Х. Клинтон, и агитировать за или против кого-то из них, но среди рассмотренных текстов подобных текстов не обнаружено.

В тоже время среди материалов о президентской кампании в США в минувшем году нашлось немало скандальных публикаций. Хотя и они сообщали какие-то факты об избирательной кампании, но это такие факты, которые нежелательны для участников президентской гонки или как минимум, сомнительны.

Примеры таких текстов:

- *У Хиллари Клинтон обнаружили пневмонию; (Комсомольская правда. – 2016. – 12 сентября);*
- *Трамп обвинил Белый дом в преуменьшении угрозы со стороны ИГИЛ (Коммерсантъ. – 2016. – 19 сентября);*
- *Джулиан Ассанж анонсировал публикацию миллиона документов о президентских выборах в США (Роскомсвобода. – 2016. – 5 октября);*
- *Путин об отмене контрсанкций: «Фиг им!» (Известия. – 2016. – 16 октября);*
- *ФБР возобновляет расследование в отношении электронной почты Клинтон (Собеседник. – 2016. – 29 октября);*
- *МИД России потребовал реакции США на сообщения о хакерских атаках (Би-би-си, русская служба. – 2016. – 5 ноября);*
- *Мадонна в шутку предложила оральный секс каждому голосующему за Хиллари Клинтон (Лента.ру. - 2016. - 20 октября).*

В этих публикациях обсуждалось состояние здоровья Х. Клинтон; говорилось об обвинениях Д. Трампом Б. Обамы чуть ли не в пособничестве терроризму; анонсировались опубликование Дж. Ассанжем каких-то тайных документов о выборах в США; обсуждались проблемы «русских хакеров» и ответные возможные действия «американских хакеров»; снова выводился на первый план казалось бы уже забытое дело об утечках секретной информации из переписки Х. Клинтон; и, наконец, про известное смелое обещание Мадонны.

Все эти подробности избирательной кампании позволяют взглянуть на президентскую избирательную кампанию в США как на развлекательное шоу. Как отметил один из специалистов, «Многие средства массовой информации также начали воспринимать избирательные кампании как шоу или спортивные матчи. А содержательная сторона политических и программ стала исчезать из поля зрения аудитории средств массовой информации» [7. с.44]. К освещению американской избирательной кампании, в российских СМИ, этот вывод применим в полной мере.

Подводя итог, можно отметить, что в результате исследования публикаций разница методов освещения выборов президента России 2012 года и выборов президента США 2016 года в российских СМИ выявлена вполне достоверная. Объясняется эта разница, вне всякого сомнения, субъективным отношением авторов материалов к описываемым и анализируемым ими политическим процессам. Выборы в России российские публицисты в целом описывали более субъективно, более эмоционально, на основании личных убеждений и личного чувственного опыта. Избирательный процесс же в США они описывали более отстраненно, более равнодушно, с позиций постороннего наблюдателя.

подавляющее большинство материалов российской прессы, освещающей ход предвыборной кампании 2012 года, можно разделить на две основные категории «позитивные материалы» и «негативные материалы».

Позитивными материалами названы материалы, в которых изложена чистая информация или какие-то планы и обоснования, к категории «негативных материалов» отнесены материалы критически, неодобрительно оценивающие как конкретную избирательную кампанию. Эти материалы насыщены отрицательными эмоциями и негативной лексикой, описывали российскую действительность в предельно мрачных тонах, авторы подобных текстов не предвидели ничего хорошего для России в обозримом будущем, и прогнозировали только ухудшение положения по всем статьям.

Среди массива публикаций СМИ, освещавших ход президентской выборной кампании в США, также были выявлены тексты двух больших групп, но не вполне таких же, как и в публикациях, освещавших президентскую кампанию в России.

Первую из этих групп также можно назвать группой «позитивных материалов» – это тексты, излагающие какие-то существенные факты о президентской кампании, иногда с авторской оценкой, иногда с анализом той или иной глубины. Тексты второй группы с некоторой условностью можно назвать «негативно-скандальными», поскольку их задача сделать акцент на самых спорных фактах президентской кампании в США.

В результате исследования публикаций разница методов освещения выборов президента России 2012 года и выборов президента США 2016 года в российских СМИ выявлена вполне достоверная. Объясняется эта разница, вне всякого сомнения, субъективным отношением авторов материалов к описываемым и анализируемым ими политическим процессам. Выборы в России российские публицисты в целом описывали более субъективно, более эмоционально, на основании личных убеждений

и личного чувственного опыта. Избирательный процесс же в США они описывали более отстраненно, более равнодушно, с позиций постороннего наблюдателя.

Литература:

1. К.С. Гаджиев Введение в политическую науку. М.: Логос. 2009.
2. К.Е. Виноградова Роль масс-медиа в политической системе общества // Журналистский ежегодник. 2013. №2-1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-mass-media-v-politicheskoy-sisteme-obschestva> (дата обращения: 22.10.2019).
3. Выборы во всем мире. Электоральная свобода и общественный прогресс: энцикл. справ. / авт.-сост. А.А. Танин-Львов. М.: РОССПЭН, 2001. - 1111 с.
4. Ю.В. Ирхин Политология / Ю.В. Ирхин., В.Д. Зотов, Л.В. Зотова. М.: Юристъ. 2012.
5. С.А. Михайлов Современная зарубежная журналистика: правила и парадоксы. – СПб.: Изд-во Михайлова В. А. 2012
6. А.А. Иудин Выборы и электорат: политическая эволюция / А.А. Иудин, П.А. Марченков., А.И. Некрасов. Н. Новгород: НИСОЦ. 2017.
7. А.А. Кащук Суггестивные свойства телевидения: дисс. канд. искусствоведения [Электронный ресурс] / А. А. Кащук. URL: <http://dlib.rsl.ru/rsl0100300000/rsl01003310000/rsl01003310682/rsl01003310682.pdf> . (дата обращения: 12.02.2019).

УДК 81, ББК 81.2Англ

И.Н. Пучкова
Irina Puchkova, irenep@yandex.ru

Дискуссия по Brexit: виды аргументации и стратегии манипуляции общественным сознанием
Discussion on Brexit: types of argumentation and manipulative strategies

Московский городской педагогический университет
Moscow City University

Статья посвящена анализу аргументации по Brexit в британском политическом дискурсе. Рассматриваются коммуникативные стратегии, используемые в целях манипуляции общественным мнением по данному вопросу, выявляются способы аргументации за и против Brexit как средства реализации данных стратегий.

Ключевые слова: английский язык, политический дискурс, аргументация, Брексит, манипуляция, общественной сознание

The article deals with the analysis of argumentation in the british political discourse. It considers communicative strategies of manipulating the public opinion on the given question and points out the types of argumentation for and against Brexit as a means of application of the aforesaid strategies

Key words: English, political discourse, argumentation, Brexit, manipulation, public conscience

Проблеме манипулятивного воздействия в политическом дискурсе посвящено значительное количество работ на материале разных языков [1], [2, с. 10-19]. На наш взгляд, аргументация в спорах по поводу Brexit и характер речевого воздействия на массовую аудиторию имеют свою специфику и заслуживают отдельного внимания.

Материалом данного исследования послужили англоязычные специализированные новостные и общественно-политические сайты [3, 4, 5].

Как показал анализ языкового материала, участники дискуссии по Brexit используют следующие виды аргументации: нормативную, ценностную, оценочную, фактологическую.

Стратегия дискредитации оппозиционной точки зрения реализуется через оценочные аргументы и через включение в дискурс лексем с негативной оценочной коннотацией: *The EU is **strangling** the UK in **burdensome** regulations.*

Дискредитация оппонентов осуществляется и за счет обвинения их в сокрытии правды или откровенной лжи: *One of the causes of public disgruntlement is that Labour government ... massively **understated the numbers of immigrants** to be expected. The argument that EU immigrants are breaking the NHS is a **lie**.*

Еще один прием дискредитации противоположной точки зрения – это ее обесценивание посредством высмеивания, иронии: *The EU “provides **the most hospitable ecosystem** in the developed world for **rentier monopoly corporations, tax-dodging elites and organized crime**”*

Средством реализации стратегии создания положительного имиджа явления является ценностная аргументация, то есть, апеллирование к идейно-политическим понятиям «свобода», «независимость», «демократия», причем этими понятиями жонглируют как сторонники, так и противники Brexit: *The EU is a force for **peace and stability** in a continent that has long been fractured by wars and national rivalries. It was set up, and still functions, to defend and **promote peace, democracy and democratic institutions** throughout Europe. The European Union is an attempt to **deprive** the nations of Europe of their **independence and sovereignty**,*

Псевдорационалистическая стратегия манипуляции общественным сознанием заключается в кажущемся апеллировании к сознанию обывателя. Она реализуется через фактологическую аргументацию (цифры, якобы демонстрирующие дороговизну пребывания Соединенного Королевства в составе объединенной Европы): *Currently UK's contribution is worth about **£ 13 billion per year**, which is about **\$300 per person** in the UK. EU regulations cost the British economy **\$880 million** every week.* На самом деле среднестатистический британец не может проверить достоверность этих данных, обилие цифровой информации вызывает у рядового гражданина негативные эмоции – раздражение и гнев. Еще одним средством реализации данной стратегии является нормативная аргументация, когда в качестве доводов приводятся ссылки на законодательство. Ключевым доводом сторонников Brexit являются имеющие законодательную силу результаты референдума, на котором большинство населения Великобритании проголосовало за выход страны из Евросоюза. Тем не менее, обращает на себя внимание факт частой подмены понятия «результаты референдума» ценностным понятием «волеизъявление народа», что уводит дискуссию в эмоциональную сферу: *Therese May continues to insist that Brexit is **the will of people**.*

Реализация фрустрационной стратегии осуществляется через негативные прогнозы, связанные с выходом Великобритании из ЕС или пребывании в нем. Это приводит к формированию чувства тревоги и страха в общественном сознании, другими словами, к появлению отрицательного эмоционального состояния среди населения Великобритании: *As well as **damaging the UK's own economy**, a vote for Brexit is likely to set off a domino effect that damages economies throughout Europe. . Britain will be **isolated, shunned**, as the country that turned its back on the rest of Europe*

Итак, дискуссия по Brexit - это яркий пример манипуляции общественным сознанием, при этом активно наиболее реализуются стратегия дискредитации противоположной точки зрения и фрустрационная стратегия (игра на чувстве страха). Рациональная, нормативная и фактологическая аргументация подменяются эмоционально-оценочной риторикой.

Литература:

1. О.Л. Михалева Политический дискурс: Специфика манипулятивного воздействия. Москва, 2009
2. Е.В. Двойнина Некоторые примеры манипулятивной стратегии в политическом дискурсе (на материале инаугурационной речи Д.Трампа) // Филологический аспект. 2017. #11. С.10-19
3. A thematic guide to Britain [Электронный ресурс]. URL: www.about-britain.com/institutions/brexit-process-timeline.htm
4. Brexit: the 7 most important arguments for Britain to leave the EU [Электронный ресурс]. URL: <https://www.vox.com/2016/6/22/11992106/brexit-arguments>
5. Debating Europe [Электронный ресурс]. URL: www.debatingeurope.eu

ДК 339.13,. ББК 65.291.3

Дж. Личи, Т.Ю. Хватова

Jessica Lichy, Tatiana Khvatova

Jessica.lichy1@idraclyon.fe, Khvatova.ty@spbstu.ru

Лояльность к бренду в эпоху цифровых технологий Brand loyalty in the digital era

ИДРАК-Лион (Франция)

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого

IDRAC-Lyon (France)

Peter the Great Polytechnical University

В настоящее время существует не так много исследований о том, как воздействие брендов на ребенка может повлиять на потребительское поведение во взрослом возрасте, в особенности в эпоху цифровых технологий. Цель данного исследования – понять, как детские воспоминания влияют на лояльность тому или иному бренду посредством проведения опроса, интервью, форумов. Данная работа вносит вклад в теорию, исследуя ключевые факторы, влияющие на лояльность брендам онлайн и офлайн; делая выводы о том, как детские воспоминания, ностальгия и осведомленность о продукте могут влиять на развитие бренда. Результаты данного исследования могут быть полезны для маркетологов и владельцев брендов.

Ключевые слова: лояльность бренду, молодые потребители, воспоминания детства, онлайн-сообщества, этические последствия

Little is known about the extent to which exposure to brands during childhood can influence consumer choices in adulthood, especially in an era of ‘social technologies’. This research aims to further our understanding of the impact of memories on loyalty by using a combination of survey, interviews, photo-elicitation and. This paper contributes to theory by exploring the key factors that influence long-term brand loyalty offline and online; providing insights into how childhood memories, nostalgia and product familiarity can influence the development of a favourite brand. These results have implications for marketers and brand owners seeking to arouse childhood memories.

Key words: brand loyalty, young consumers, childhood memories, breakfast cereals, online brand communities, ethical consequences

Introduction

Marketing is experiencing an evolution in terms of digital innovation and continuous developments in consumer behaviour. Classic marketing techniques are proving insufficient as new applications such as neuro-marketing have the potential to engage memory systems, and evoke familiar brands [1]. However, there is currently a lack of academic research that

examines the ways in which childhood memories and emotions can influence long-term brand loyalty. Therefore, an objective of this paper is to contribute to academic knowledge by examining the relationships between childhood memories, product familiarity and favourite products, and the role these elements can play in influencing brand loyalty.

Marketers have been criticised for influencing children's purchasing decisions and encouraging children to pester their parents to purchase unhealthy food. However, little research has been undertaken that explores if childhood brand preferences remain for life and if these childhood decisions may influence future purchasing behaviour. Taking inspiration from [2], our theoretical contribution lies at the intersection of hedonic value (memory) as an element of positive brand affect, which generates brand loyalty. The context for this enquiry is breakfast cereal brand preferences of young adults (Gen Y) in France and the role played by childhood memories in an era of 'social technologies'. The results will enable academics to better understand the importance of evoking positive childhood memories when building brand communities online and driving brand loyalty as well as the ethical/unethical and social consequences of marketing to children.

Review of literature

Marketers have taken a keen interest in the consumer behaviour of a family [3] in order to understand how *children* can influence their parents' purchase decisions. The intense marketing toward young consumers is driven by companies' ambitions for brand recognition, preference and loyalty [4]. Marketers spend roughly \$17 billion per year on marketing to children [5], drawing attention to concerns of using marketing for influencing children's decision-making.

In a study of the parental influence on coffee and toothpaste purchase, Wood found that value and variety are important attributes of cereal brand selection among 18-24 year olds [6]. Researching food packaging, Vignolles and Pichon found that nostalgia will play a significant role in consumer choice [7]. Kessous and Roux developed a typology of nostalgia to highlight the emotional attachment that consumers can have towards brands, products and objects; underscoring how nostalgia can be used as a marketing tool for brands [8]. The work of Batra, Ahuvia and Bagozzi [9] demonstrates that feeling bonded with, and emotionally attached to a brand is an important aspect of love. Pauwels-Delassus and Zarentonello found that the relationship between brand experience (perception and loyalty) and brand love (passionate emotional attachment) is mediated by nostalgia, emotional attachment and consumer-brand identification [10]. However there is on-going debate in the academic literature on the extent to which exposure to brands during childhood can influence consumer choices in adulthood, which we plan to contribute to in this research.

The research context for this paper is breakfast cereals consumed in France (muesli and other grain-based breakfast products). Tastes vary across Europe but breakfast cereals are normally eaten with milk or yogurt [11]. In France, the breakfast cereal segment is expected to generate US\$1203.6m US\$ (1136.7m €) in 2017. People usually eat slices of baguette (French bread) served with jam and/or butter for breakfast. Bread is a breakfast staple in France, recommended by the national food initiative '*manger bouger*' mangerbouger.fr. Children often eat pastries with chocolate filling or croissants. Breakfast cereal is a

comparatively new concept. Breakfast cereals exhibit a wide variability in nutritional quality, however such differences are not easily grasped by consumers [12]. Studies suggest that young adults are a notoriously fickle consumer group [13]. Research into organic food purchasing shows that young adult consumers are now seeking their own brands, having grown up with tried and trusted brands consumed during their childhood years [14].

The notion of generational difference was pioneered by Mannheim [15] who considered a generational cohort to be a group raised in the same general chronological, social and historical context. The position in time and the impact of common experiences and events are thought to be fundamental in formulating generational cohort commonalities [16]. For example, the Internet is consumed in different ways by each generation; Gen Y is less stressed by the digital information flow than older generations [17]; they expect digital technology to be integrated into routine activities. Although this generation undertakes price comparison and product comparison online, they are nevertheless very swayed by brand image for food products [18]. While dates vary somewhat from one study to another, for the purpose of this enquiry Gen Y refers to individuals born between 1977 and 1994.

In order to address gaps in the literature and contribute to academic knowledge, we set out to understand the factors which explain ongoing loyalty for breakfast cereal brands – explicitly, the role of childhood memories in the purchasing behaviour, concerning young adults (Gen Y) in a French context. Building on the work of Regine [14] which focused on organic food purchasing, we take into account other factors that can influence purchasing behaviour, namely gender, occupation and level of education.

Methodology

To explore the factors that influence food brands of young adults (Gen Y) and the role played by childhood memories, a four-step methodological sequence is scheduled for 2017. The four steps, designed to achieve triangulation, are outlined below.

Step 1: A focus group with children (parents present). Children were asked to talk about their favourite breakfast cereal. Parents were asked to provide pictures of their children's favourite cereal(s). The objective was to, firstly, identify the children's favourite brands, secondly to understand why they liked such a brand, and thirdly to explore how consumers became acquainted with a particular brand of cereal. Ethical approval was obtained from all parents before the focus groups were undertaken.

Step 2: An 'interactive seminar' composed of: young adults without children (Gen Y) The interactive seminar were based on:

Photo elicitation: using the pictures gathered in Step 1. The objective was to study the frequency of child-related adjectives among adult responses.

After explaining the purpose of this study, the authors discussed with the participants about their purchasing behaviour of breakfast cereals.

Step 3: Building upon the results obtained in Steps 1 and 2, we constructed an online survey to be administered to a sample of adults (Gen Y). 300 consumers have currently responded to the survey which will be analysed using multi-variate techniques to highlight the differences that exist regarding gender, occupation, level of education and other socio-demographic variables.

Step 4: Interviews with ‘experts’ (e.g. food marketing specialists, paediatricians, education psychologists) were used to further explain the results.

Discussion/Conclusions

The study presents a novel approach to investigating the factors that influence long-term foods brand loyalty in France among Gen Y and the role that childhood memories can play in influencing current purchasing behaviour. Steps 1 and 2 of the research have already been undertaken and used to develop a survey which has been distributed to over 500 French Gen Y consumers using snowball sampling. The initial findings from analysing the survey and interviews with experts (Step 4) will be presented at the 2020 Academy of Marketing Conference.

The results of this study will provide marketing managers with actionable insights for maintaining the chronological relationship (from childhood to adulthood) with customers. They will illustrate how childhood memories play a role in the purchasing process and consequently in the choice of cereal brands among young customers. The question that arises today is how brands can take advantage of the techniques that marketing (for example, neuroscience) can offer in order to maintain this loyalty relationship and/ or push its customers towards an exclusive purchasing relationship in an ethical manner that does not exploit children. Moreover, the question could arise in reverse. In other words, how can competitors (who were absent in the formative years of a child’s consumption habits) use the same techniques to successfully break this alliance and thus gain new market share.

Acknowledging the importance of taking a holistic approach, the authors recognize the limitations of this study: firstly, the lack of investigation into the reasons why certain individuals stopped consuming breakfast cereals and, secondly, why others have never consumed them. However, these dimensions are outside the scope of the current investigation but will be integrated into further studies. As the study is being undertaken in France, research in other European countries and on other continents) would add a broader overview of different food cultures and consumption patterns. Future studies could also investigate other generations such as younger children (Gen Z) and even grandparents (Baby-boomers).

References:

1. Mileti, A., Guido, G. Irene Prete, M. (2016). Nanomarketing: A New Frontier for Neuromarketing, *Psychology & Marketing*, 33(8) 664-674.
2. Chaudhuri, A. and Holbrook, M.B. (2001). The chain of effects from brand trust and brand affect to brand performance: the role of brand loyalty, *Journal of Marketing*, 65 (2), 81-93.
3. Assael, H. (1992). *Consumer Behavior and Marketing Action*. (4th ed.). Boston, USA: PWS-Kent Publishing Company.
4. Bruce, A., Bruce, J., Black, W., Lepping, R., Henry, J., Cherry, J., Martin, L., Papa, V., Davis, A. Brooks, W., & Savage, C. (2014). Branding and a child’s brain: An fMRI study of neural responses to logos, *Social Cognitive and Affective Neuroscience*, 9(1), 118-122.
5. Schor, J. (2004). *Born to Buy: The Commercialized Child and the New Consumer Culture*. New York: Scribner, p. 21.
6. Wood, L. (2004). Dimensions of brand purchasing behaviour: Consumers in the 18–24 age group, *Journal of Consumer Behaviour*, 4(1), 9-24.
7. Vignolles, A. & Pichon, P.E. (2007). Un goût de nostalgie : liens entre nostalgie et consommation alimentaire, *Journées AFM du Marketing Agro-alimentaire*, Montpellier, 3.
8. Kessous, A. & Roux, E. (2008). A semiotic analysis of nostalgia as a connection to the past, *Qualitative Market Research: An International Journal*, 11(2), 192-212.
9. Batra, Rajeev, Ahuvia, Aaron, & Bagozzi, Richard P. (2012). Brand love. *Journal of Marketing*, 76(2), 1-16.

10. Pauwels-Delassus, V. & Zarentonello L., (2016). *Exploring the relationship between brand experience and brand love* CMC 2016 - 21st International Conference on Corporate and Marketing Communications, LONDON, United Kingdom.
11. Statista (2016, October). Breakfast Cereals [online]. Retrieved from <https://www.statista.com/outlook/40090100/136/breakfast-cereals/france#>
12. Julia, C., Kesse-Guyot, E., Ducrot, P., Péneau, S., Touvier, M., Méjean, C., & Hercberg, S. (2015). Performance of a five category front-of-pack labelling system - the 5-colour nutrition label - to differentiate nutritional quality of breakfast cereals in France. *BMC Public Health*, 15.
13. Lazarevic, V. (2012). Encouraging brand loyalty in fickle generation Y consumers, *Young Consumers*, 13(1), 45-61.
14. Regine, K.M. (2011). Generation Y consumer choice for organic foods. *Journal of Global Business Management* 7 (1): 1-13.
15. Mannheim, K. (1952). The Problem of Generations, in *Essays on the Sociology of Knowledge*, Paul Kecskemeti, ed., London: Routledge & Kegan Paul, 276-322.
16. Loroz, P.S., & Helgeson, J.G. (2013). Boomers and Their Babies: An Exploratory Study Comparing Psychological Profiles and Advertising Appeal Effectiveness across Two Generations, *Journal of Marketing Theory and Practice*, 21(3), 289-306.
17. Parment, A. (2013). Generation Y vs. Baby Boomers: Shopping behavior, buyer involvement and implications for retailing, *Journal of Retailing and Consumer Services*, 20, 189-199.
18. Davies, G. and Brito, E. (2004), "Price and quality competition between brands and own brands", *European Journal of Marketing*, Vol. 38 No. 1/2, pp. 30-55.

УДК 061.6, ББК.60.5

С.С. Скорнякова
Svetlana Skorniakova, salagot@yandex.ru

Социальные сети как ресурс манипулирования общественным поведением и сознанием

Social networks as a resource for manipulating social behavior and consciousness

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

Одним из наиболее эффективных приемов манипуляции общественным сознанием является использование социальных сетей, которые превратились в могущественное информационное и организационное оружие. Основная задача – установление стереотипного мышления, которое исключает инакомыслие и мобилизация значительных масс на протестные акции.

Ключевые слова: коммуникации, манипуляция, общественное сознание, ресурсы, социальные сети.

One of the most effective methods of manipulation of public consciousness is the use of social networks, which have become a powerful information and organizational weapon. The main task is to establish stereotypical thinking, which excludes dissent and mobilization of significant masses for protests.

Key words: communications, manipulation, public consciousness, resources, social networks.

Современный этап развития общества «характеризуется возрастающей ролью информационной сферы, являющейся важным фактором развития общественной, социальной, политической и военной сфер государства». Развитие электронных коммуникаций и рост численности аудитории социальных сетей способствуют укреплению их влияния на мнение и поведение людей, а проявление инакомыслия в условиях стереотипного мышления подвергается массированному воздействию. Как отмечается в коллективной монографии «проблема манипулирования людьми с использованием различных средств, способов и технологий информационного воздействия, стало достаточно массовым явлением в жизни современного общества и представляет для него серьезную угрозу».

Социальные сети играют роль как площадки для общения, так и инициатора информационного и политического взрыва, способного распространять данные по всему миру за считанные секунды, ускоряя тем самым ход тех или иных действий. Наибольшая опасность «сетевой мобилизации» кроется в тех последствиях, которые трудно предугадать в результате, опять-таки, автономности пользователей от протестного центра, который может привести в движение огромные массы людей, но не способен сформировать иные программы, чем деструктивные» [1].

Именно на этом были основаны все политические перевороты, начиная с белградской «революции» 2000 года, цветные революции, политические кризисы в Грузии и на Украине, арабская весна и т.д. По сути, изменяется «не только методика государственных переворотов, но и модель глобального управления, приобретающая косвенный, более гибкий и согласованный с другими участниками международного общения характер»[2]. Ярким примером являются события в Гонконге в начале октября 2019 г., когда людей через социальные сети призвали выходить на акции протеста, затем переросшие в погромы и избиение протестующих и полицейских. Причем у протестующих нет официальных лидеров, вести переговоры и диалог не с кем. Протест ради протеста. Такая же технология применяется и во Франции – акции «желтых жилетов» не прекращаются до сих пор.

Социальные сети превратились в эффективное информационное и организационное оружие, влияя на многомиллионные аудитории глобального сетевого общества.

Литература:

1. Курочкин А. В. Социальные сети как инструмент политической мобилизации: опасность манипуляции и пределы демократии.// ПОЛИТЭКС. — 2012. — Т.8. — № 3. — С.200–207
2. Филимонов Г.Ю., Цатурян С.А. Социальные сети как инновационный механизм «мягкого» воздействия и управления массовым сознанием //Политика и общество, № 1, 2012, с.65-75

УДК 316.323.2, ББК 60.0

С.К. Генов
Stepan Genov, step.genov@gmail.com

Влияние информационного общества на политику и личность в современной России

The influence of information society on politics and personality in modern Russia

*Санкт-Петербургский государственный университет
St. Petersburg University*

Статья посвящена рассмотрению проблемы влияния информационного общества на политику и личность. Глобализация и развитие сети интернет привнесли огромное количество возможностей для человека, от получения новых знаний в шаговой доступности до коммуникации с другими народами мира. Мировой прогресс также не обошел и политическую сферу общества. Все больше и больше людей становятся заинтересованными в политике благодаря распространению в сети интернет СМИ с различными взглядами, но это может приводить к огромному количеству проблем. Так же, как и у возможности получать огромное количество знаний есть и негативные стороны, о которых пойдет речь в статье.

Ключевые слова: информационное общество, глобализация, манипулирование, популизм, сетевые войны, Россия.

The article is devoted to the issue of influence of information society on politics and person. The globalization and development of the internet have brought the great amount opportunities for person, from getting new knowledge close at hand, to communicating with other peoples of the world. The world's progress has affected politics. More and more people are interested in politics through the spread of media with difficult views in the Internet, but it leads to a lot of problems. As well as the ability to receive a huge amount of information has negative aspects which were discussed in the article.

Key words: information society, globalization, manipulation, populism, network wars, Russia.

Информационное общество — это новая фаза развития цивилизации, в которой главными продуктами производства являются информация и знания. Современный этап развития российского общества можно характеризовать как переход от индустриального к информационному [1]. Становление информационного общества в России после различных внутренних конфликтов проходит медленно, но изменения, связанные с воздействием информатизации на социальные институты, происходят колоссальные [2]. Изменяется структура общества: 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 [3].

Одной из основных проблем постиндустриального общества является опасность навязывания универсальных ценностей и моделей без должного учета национальной специфики и конкретных условий экономического развития различных стран [4]. Это приводит к росту популизма и к различным протестным волнениям, которые не вызывают ничего, кроме погромов и дестабилизации обстановки в стране. Поэтому человеку в XXI веке нужно уметь отличать риторику, основанную на чувствах и эмоциях и не имеющую ничего логичного в своем основании, от логично выведенных тезисов, чтобы не повторить печальный опыт XX века [5]. Также по мере развития науки и техники меняются представления людей о военных методах и действиях. В условиях информационного общества возник новый вид войны - сетевая война. Она представляет собой технологию захвата отдельных территорий, государств, больших пространств без использования обычных для индустриальной эпохи вооружений. Например, транснациональные корпорации могут держать на «инвестиционной зависимости» целые государства, нарушая их суверенитет [6].

Чтобы избежать проблем при формировании постиндустриального общества, основой российского пути должны быть:

1. Информатизация всей системы общего и специального образования; повышение роли квалификации, профессионализма и способностей к творчеству как важнейших характеристик человеческого потенциала [7].

2. Формирование и развитие индустрии информационных и коммуникационных услуг, в том числе домашней компьютеризации, ориентированной на массового потребителя [8].

3. Обеспечение сферы услуг духовным содержанием, отвечающим российским культурно-историческим традициям, в том числе организация мощного русскоязычного сектора в Интернете [9].

Таким образом, чтобы избежать негативного влияния информационного общества на себя, нужно уметь отличать информацию, направленную на манипулирование, и избегать её, а также пользоваться всеми возможностями, которые дает данный этап развития человеческой цивилизации, ведь за всю историю у человека никогда не было доступа к таким огромным объёмам знаний [10]. Российским политикам же стоит отдавать особый приоритет развитию информационных технологий, чтобы страна вступила в мировое сообщество не в качестве сырьевого придатка, а как равноценный партнер.

Литература:

1. 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. 9-15.
2. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. М.: Academia, 1999. 782 с.
3. Мичурин А.Н. К вопросу о становлении информационного общества в XXI веке/Коммуникативные стратегии информационного общества Труды X Международной научно-теоретической конференции, 2018, С. 73-76
4. Мичурин. А.Н. Проблемы формирования информационного общества в России и мире/Коммуникативные стратегии информационного общества Труды IX Международной научно-теоретической конференции, 2017, С. 30-32
5. Чернов А.А. Информация. Дипломатия. Психология. М.: Известия, 2002.616 с.
6. Балувев Д.Г. Информационная революция и современные международные отношения: Учебное пособие. Нижний Новгород: ННГУ, 2000. 107 с.
7. Мельник Л.Г. Социально-экономические проблемы информационного общества. М., Изд-во: Университетская книга,2005. 430 с.
8. Чернов А.А. Становление глобального информационного общества: проблемы и перспективы. М.: «Дашков и К°»,2003. 232 с.
9. Беседина Е.А., Мичурин А.Н. Проблемы формирования информационного общества в современной России//Коммуникативные стратегии информационного общества Труды X Международной научно-теоретической конференции, 2018, С. 63-65
10. Aladyshkin I.V., Kulik S.V., Michurin A.N., Anosova N.E. INFORMATION PROSPECTS FOR SOCIO-CULTURAL DEVELOPMENT: CONTRADICTIONARY GROUNDS/ The EUROPEAN PROCEEDINGS OF SOCIAL & BEHAVIOURAL SCIENCES,2018, С.19-25

УДК 159.9, ББК 66.2:71.0(2)

С.Д. Гуриева, Я.Е. Виноградова
Svetlana Gurieva, Yana Vinogradova
s.gurieva@spbu.ru,yana.e.vinogradova@gmail.com

Социальные представления о предательстве Social representations about phenomena of betrayal

*Санкт-Петербургский Государственный Университет
St. Petersburg State University*

В статье представлены результаты исследования социальных представлений о феномене предательства. В исследовании принимали участие 139 человек, из них 70 мужчин и 69 женщин. Возраст респондентов от 20 до 39 лет (M=29,5лет). Для изучения социальных представлений применялись: методика незаконченные предложения, полуструктурированное интервью, анкетирование. Социальные представления о феномене предательства определяются респондентами как ситуация недоверия и обуславливают поведение, изменяя направленность взаимодействия. В дальнейшем представляется важным изучение взаимосвязей представлений о ситуации и поведения, обусловленного представлениями о недоверии.

Ключевые слова: социальные представления, концепт предательства, феномен недоверия, социальное поведение.

The article presents the results of a study of social representations about the phenomena of betrayal. Sample: 139 respondents (70 men and 69 women). The age of respondents is from 20 to 39 years ($M = 29.5$ years). To study social representations the following methods were used: unfinished sentences, semi-structured interviews, questionnaires. The social ideas about the phenomena of betrayal are defined by respondents as a situation of mistrust and determine behavior, changing the direction of interaction. In further research it is important to study the relationship of perceptions of the situation and behavior due to perceptions of mistrust.

Keywords: social representations, the concept of betrayal, the phenomena of mistrust, social behavior.

В современных условиях стремительной глобализации актуальным становится изучение изменений социальных представлений человека о повседневности, которые остаются основами повседневного взаимодействия. Среди множества исследований социальных явлений, феномен предательства остался незамеченным.

Предательство становится предметом интереса ученых с начала XX века. Р. Гобин, Дж. Фрейд полагают, что травма предательства связана с повреждением основных когнитивных механизмов (детектора мошенничества), которые впоследствии приводят к снижению осведомленности о предательстве, снижению способности точно выявлять предательство, меньшей готовности доверять тем, кто заслуживает доверия [1]. Детальные исследования травмирующего фактора предательства проведены С. Рахманом. Последствия предательства включают шок, потерю и горе, руминацию, подорванную самооценку, неуверенность в себе и гнев. Нередко они вызывают изменяющие жизнь события. Психологическое значение актов предательства, заключается в том, что они вызваны в воображении недопустимыми, не согласованными действиями. Среди форм предательства перечислены: разглашение конфиденциальной информации, неверность, нечестность [2].

С опорой на теоретические знания и эмпирические результаты, выделенные исследователями в данной области, нами проведено исследование социально-психологических особенностей феномена предательство. Основная гипотеза исследования: недоверие является предиктором изменения направленности взаимодействия, конкретизирована в рабочей гипотезе: социальные представления о феномене предательства содержат знания универсальные для разных возрастных групп. Целью исследования является изучение связи социальных представлений о феномене предательства со стилем поведения. Выборка исследования составила 139 человек. Из них 69 женщины и 70 мужчин в возрасте от 18 до 39 лет ($M=28,5$ лет). Для исследования структуры концепта предательства и выделения поля понятия недоверие применялась модифицированная методика «Незаконченные предложения» Сакса-Леви. Для диагностики индивидуальных стилей поведения в ситуации недоверия применялись полуструктурированное интервью и анкета. Полученные данные обрабатывались методом контент-анализа. Статистическая обработка данных проводилась с использованием программы SPSS 20.0. Применялись описательные статистики, сравнительный анализ средних, критерий χ^2 .

Основные результаты исследования: представления о феномене предательства респондентов 12-18 лет: «предательство – плохо». Выделенные суждения о предательстве респондентов группы 19-24 лет отражены в выражении «предательство - друга»; для респондентов в возрасте 25-29 лет «предательство - не общаться». Таким образом, возникает понимание онтогенеза отношения к предательству,

представленного в эмоциональном, когнитивном и конативном компонентах структуры социальных представлений. Респонденты старше 30 лет представляют предательство как: «нарушение договоренности», «выбор», «совесть», «правила игры», «выгода», «претензии», «конец общения», «средства достижения», «последствия», «необходимость». А.Б. Купреченко подчеркивает что, подобные признаки недоверия представляются сформированными защитными реакциями на «неприятности» во взаимодействии [3].

Результаты исследования феномена предательства раскрывают, что недоверие существует в диапазоне от потенциального недоверия до абсолютной закрытости. Полученные результаты позволяют выделять стиль поведения «изоляция-избегание» и восстанавливать доверительное поведение. В дальнейших исследованиях представляется важным раскрытие взаимосвязей отношения к предательству и «успешности» в социальных контактах.

Литература:

1. Gobin, R. L., Freyd, J. J. Betrayal and revictimization: Preliminary findings. *Psychological Trauma: Theory, Research, Practice, and Policy*, 2009, 1 (3), pp.242–257.
2. Rachman S. Betrayal: a psychological analysis. *Behav. Res. Ther.* 2010, Apr., 48(4), pp. 304-11.
3. Купрейченко А.Б. Доверие и недоверие – общие и специфические психологические характеристики. *Вестник РУДН, серия Психология и Педагогика*, 2008, № 2. с. 46-53.

УДК 343.95, ББК 88.4

И.Л. Третьяков
Ivan Tretyakov, mail@tretyakov.su

Криминальные манипулятивные воздействия на несовершеннолетних с использованием интернет-технологий: вопросы противодействия
Criminal Manipulative impacts on Minors with Internet Technologies: countermeasures

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

Манипулятивное мышление является неотъемлемым свойством психики, обязательным атрибутом человеческой активности, межличностных отношений. Как правило, предпосылки манипуляций рассматриваются учеными в личностном, культурном, управленческом, политическом и правовом контексте. Правовой контекст связан, с так называемым, криминальным манипулированием. Криминальные манипулятивные воздействия содержат признаки состава преступления. Жертвами «кибер-манипуляторов» все чаще становятся дети, у которых во время совершения ими «индуцированных» социально-опасных действий сохраняется иллюзия самостоятельности и свободы волеизъявления. Разрушительность криминального манипулятивного воздействия на психику подростка с целью его эксплуатации, а также для приведения в состояние «повышенной покорности», не вызывает сомнений. Указанные обстоятельства предопределили актуальность рассматриваемых вопросов и темы исследования.

Ключевые слова: манипулятивное воздействие, криминальное психологическое воздействие, интернет-технологии, негативный контент, несовершеннолетние.

Manipulative thought is an integral characteristic of human mind, a mandatory attribute of human activity, and interpersonal relationships. The scientists usually consider the prerequisites of manipulation in personal, cultural, managerial, political and legal contexts. It is the legal context, which is associated with the so-called criminal manipulations. Such criminal manipulative impacts and influences contain signs of corpus delicti – legally defined crime. It is the children evincing their illusive independence and freedom of will when committing their induced socially dangerous actions, who increasingly become the victims of cyber-

manipulators. The destructive nature of the criminal manipulative impact on the psyche of a teenager with the view to exploit him or her, as well as to achieve his or her humility and obedience is beyond any doubt. Such circumstances predetermined the relevance of the issues and the pertinence of the research topic.

Keywords: manipulative impact, criminal psychological impact, Internet technologies, negative content, minors.

Знания о манипулятивных алгоритмах, позволяющих осуществлять скрытые «вторжения» в область подсознания человека для побуждения его к конкретным действиям чрезвычайно востребованы в самых различных сферах социальной жизнедеятельности, однако, интересуют они не только законопослушных граждан, но и преступников.

Манипуляция – это сложный социально-психологический и культурный феномен, который занимает видное место в одном из разделов психологической науки, посвященных вопросам межличностных взаимодействий. Манипулятивное поведение весьма неоднозначно, полиморфно, например, оно может носить «естественный» (социально-приемлемый или неприемлемый, порицаемый и т.д.) характер или являться проявлением девиантных (дезадаптивных, психоаномальных и т.д.) отношений, или быть исключительно криминально-ориентированным [1, стр. 110-114; 2, стр. 15-19].

Необходимо уточнить, что в подавляющем большинстве случаев, манипулятор стремится ослабить самоконтроль адресата, подчинить его волю, «перепрограммировать» мотивационную активность личности для функционирования в нужном для себя режиме. Манипулятивное криминальное воздействие может быть разовым или неоднократным (множественным), а также краткосрочным, длительным, «продолженным», опосредованным. Нередко потерпевший находится в состоянии психологической зависимости от манипулятора, что также позволяет преступнику, если речь идет о преступлении, контролировать поведение жертвы, «держат» ее в пределах досягаемости, в состоянии повышенной покорности [3, стр. 103-112; 4, стр. 11-19].

В информационном обществе высокая результативность манипулятивных средств достигается за счет использования интернет-технологий. Считается, что среди множества преступных элементов первыми приспособились к условиям виртуальной реальности мошенники. Однако не меньшую опасность всегда представляли и продолжают представлять «экстремистские сайты», виртуальные сообщества, склоняющие, побуждающие к совершению самоубийств, веб-ресурсы одиозных лидеров тоталитарных сект, бандформирований, террористов, дельцов наркобизнеса и секс-индустрии, «онлайновый» груминг. Жертвой киберпреступников может стать каждый [5, р. 73-96; 6, р. 481-487; 7, р. 1-26]. Сегодня любой активный пользователь интернета без колебаний подтверждает, что «криминал» также широко распространен в социальных сетях, как и в обыденной жизни. Наименее защищенными от интернет-угроз следует считать несовершеннолетних.

Когнитивная сфера подростка пластична и чрезвычайно восприимчива к «потреблению» недифференцированных потоков информации. В виртуальном мире несовершеннолетние чувствуют себя очень комфортно и самоуверенно. Условно говоря, современный подросток, не затрачивая никаких усилий, одним кликом может

удовлетворить значительное число потребностей, создать любой эмоциональный фон, почувствовать себя причастным к популярным блогерам, к локальным группам, сообществам, он может по своему усмотрению распространять новости, редактировать личные страницы в соцсетях. К сожалению, сетевая активность большинства подростков, обладающих «клиповым» мышлением, не распространяется на самообразование. Дети все чаще позиционируют себя в качестве геймеров, инициаторов буллинга (онлайн-травли), хулиганских выходок. Безнадзорные дети посвящают все свободное время просмотру не соответствующего их возрасту негативного контента, в котором доминируют жестокость, насилие, порнография, азартные игры. Сведения, полученные из интернет-источников, со временем, перестают подвергаться сомнению, подростки интеллектуально дезориентированы, у них нет не только жизненного опыта, навыков критического мышления, но и отсутствуют грамотные опытные наставники, обладающие цифровыми компетенциями и познаниями в сфере права [8, р. 2; 9; 10, стр. 73-78].

В связи с постоянной переработкой «информационного мусора» притупляется концентрация внимания, резко повышается внушаемость. Проблемы с повышенной внушаемостью особенно заметны на фоне личностной незрелости и педагогической запущенности. Внушаемость может быть, как личностной чертой (которая меняется с возрастом), а может быть ситуативно-обусловленной характеристикой. Наибольшей виктимностью (впрочем, как и криминогенностью) обладают подростки, у которых внушаемость сочетается с неспособностью к прогнозированию, нарочитой демонстративностью, эгоцентризмом, несформированностью нравственных ориентиров [11, р. 18-28; 12, р. 2277-2278; 13, р. 39-53; 14, р. 534-541].

Поводом для данного исследования послужили трагические события конца 2015 начала 2016 года, когда среди российских подростков распространились, так называемые, «группы смерти» (суицидальная интернет-игра «Синий кит»). Более 17 тыс. «сайтов смерти» координировались неким преступным сообществом. В течение двух лет покончили жизнь самоубийством более 700 подростков, которые ранее состояли в «группах смерти» [15, стр. 4; 16, стр. 3].

В мае 2016 года сотрудники Следственного комитета и полицейские из Бюро специальных и технических мероприятий МВД России начали проведение крупномасштабных мероприятий по пресечению преступной деятельности виртуальных сообществ – «групп смерти», члены которых склоняли несовершеннолетних пользователей интернета к совершению суицида. В результате, в социальных сетях «ВКонтакте» было выявлено более 12 тыс. подростков, непосредственно связанных с тематикой смерти, регулярно причиняющих себе увечья и «подготовленных к уходу в иной мир» [17, стр. 9].

Материалы следственной практики свидетельствуют о том, что далеко не каждый подросток мог вступить в закрытый «клуб самоубийц». Организаторы «подбирали» детей, которыми было проще и легче манипулировать. Прошедшим отбор предлагалось выполнить ряд заданий, далее анонимный администратор «оценивал» способности нового адепта (в плане степени готовности к совершению самоубийства)

и составлял его рейтинг. Организаторы преследовали одну цель – достижение тотальной власти над подростком. Ежедневно подросток должен был следовать строго определенным, жестким правилам (ритуалам), которые фактически обезличивали его, блокировали волю, ставили в зависимое, «рабское» положение.

Регулярно, несколько раз в день рядовые участники «групп смерти» отправляли своим кураторам подробные отчеты о том, что они делали, с кем общались, насколько внимательно и детально выполнили задания. Требования кураторов постоянно усиливались, усложнялись, сопровождалось высоким психоэмоциональным напряжением (в какой-то период подросткам разрешалось спать несколько часов в сутки). Однако, жертвы манипуляций продолжали доверять преступникам, воспринимать происходящее как опасную и увлекательную игру, дети стремились повысить свой рейтинг. Лишь единицы находили в себе силы прервать общение с манипуляторами, обратиться за помощью к родителям.

Сообщения о гибели детей вызвали общественный резонанс по всей стране. В 2017 году Государственная Дума в третьем чтении приняла закон об уголовной ответственности за склонение к совершению самоубийства или содействие совершению самоубийства (ст. 110.1 УК РФ) и за организацию деятельности, направленную на побуждение совершению самоубийства (ст. 110.2 УК РФ) [18, стр. 13].

Следует уточнить, что на основании уже существовавшей на тот момент ст. 110 УК РФ, которая предусматривала уголовную ответственность за доведение до самоубийства, привлечь к ответственности манипуляторов из «групп смерти» было весьма затруднительно, а в ряде случаев - практически невозможно. Прежде всего потому, что самоубийство (а в данном случае, поведенческий акт подростка нередко выглядел как добровольный уход из жизни) отличается от доведения до самоубийства. Диспозиция данной статьи учитывает несколько способов совершения преступления: 1) наличие угроз; 2) жестокое обращение с жертвой; 3) систематическое унижение чести и достоинства (которое раскрывается в количественном и в качественном выражении) [19].

Обращаясь к ст. 110.1 УК РФ отметим, что этимологически, «склонение» означает убеждение (побуждение), психологическое воздействие. Склонение к совершению самоубийства может происходить посредством уговоров, предложений, подкупа, обмана или иным способом при отсутствии признаков доведения до самоубийства. Не вызывает сомнений, что все перечисленные способы при определенных условиях могут рассматриваться как криминальные манипулятивные воздействия. Следует также уточнить, что материалы ряда уголовных дел и показания потерпевших, бывших участников «групп смерти» содержат информацию о «массированном», императивном воздействии преступников на психику несовершеннолетних, то есть, нередко манипуляции сопровождалось откровенными угрозами (однако, имели место и «чисто» манипулятивные, скрытые воздействия, без каких-либо угроз и запугиваний).

Для уточнения последствий деструктивных воздействий «манипуляторов групп смерти» на психику несовершеннолетних школьников (в количестве 50 человек),

психологами ряда Центров социальной помощи семье и детям г. Санкт-Петербурга и Ленинградской области, а также социально-ориентированных некоммерческих организаций, занимающихся вопросами реабилитации жертв преступлений, было проведено экспериментально-психологическое исследование. Исследование проводилось с ноября 2016 г. по ноябрь 2017 г. Возраст подростков находился в диапазоне от 13,5 до 18 лет. Контакты между школьниками и «администраторами» продолжались не более полутора месяцев (причиной разрыва между преступниками и их жертвами стала деятельность правоохранителей, реже – родителей, еще реже – инициатива самих подростков).

Для получения информации об особенностях личностно-средового взаимодействия несовершеннолетних потерпевших с окружающим миром был использован следующий психологический инструментарий: 1) методика «Индикатор стратегии преодоления эмоционального стресса», которая позволяет исследовать базисные копинг-стратегии, 2) многомерная шкала Зимета, позволяющая оценить субъективное восприятие социальной поддержки, 3) методика оценки коммуникативных ресурсов Мехрабяна, 4) «Шкала самооффективности».

Анализ результатов экспериментально-психологического исследования позволил выявить у потерпевших достаточно низкую «социочувствительность», что не характерно для данной возрастной группы (на общепопуляционном уровне). Четко прослеживались такие тенденции как: уменьшение эмпатии, стремление к одиночеству, страх перед коллективом и неспособность к совместному выполнению заданий, к взаимодействию. Субъективная оценка самооффективности находилась на крайне низком уровне. Имели место волевые расстройства, связанные с нарушением преднамеренной регуляции, специфическим характером мотивации, феноменами, составляющими категорию «преодоления препятствий». Важно отметить, что в беседе с психологами все 50 человек заявили, что они не могут избавиться от тревожных, навязчивых мыслей, связанных с их участием в «группах смерти»; более того, опрошенные считали возможным появление в своей жизни таких коллизий, которые могли бы привести к самоубийству.

Как следует из медицинской документации (первоначально подростки обратились за консультативной помощью к врачу-психиатру), у всех подростков были выявлены невротические расстройства различной степени тяжести.

Все опрошенные подтвердили, что на протяжении ряда лет они испытывали и продолжают испытывать психофизиологическое переутомление, вызванное интернет-общением, нахождением в социальных сетях (ежедневно подростки проводили за компьютером не менее четырех часов). Однако, по мнению несовершеннолетних, психотравмирующая ситуация, возникшая под влиянием манипулятивных приемов администраторов «групп смерти», привела к появлению таких жалоб на психическое здоровье, которых ранее никогда не было.

Полученные данные позволяют говорить о том, что в отношении несовершеннолетних имело место целенаправленное, криминальное психологическое воздействие манипулятивного характера, которое оказало крайне деструктивное

влияние на их психику. Следует также признать, что подростки были выбраны преступниками вполне осознанно: сыграли роль такие качества потерпевших, как «переходный» возраст, недостаточная критичность, внушаемость, наличие признаков интернет-зависимости, безнадзорность (а в ряде случаев – педагогическая запущенность и семейная дисгармония, неблагополучие).

Какие же направления работы по противодействию криминального манипулятивного воздействия на несовершеннолетних представляются наиболее перспективными? Прежде всего, необходимо усилить роль государства в интернет-пространстве, активизировать общественные организации, учителей, родителей, так называемых, «кибер-волонтеров», осуществляющих отслеживание негативного контента. Далее целесообразно внедрение в общеобразовательный процесс «виртуальных» тренинговых технологий, способствующих развитию у школьников навыков саморегуляции, самоконтроля, ответственного отношения к своей жизни. На базе образовательных учреждений надлежит в кратчайшие сроки начать реализацию информационно-просветительных программ, направленных на повышение цифровой компетенции и кибербезопасности как школьников старших классов, так и их родителей.

Подводя итог сказанному, представляется возможным сформулировать ряд наиболее существенных выводов.

Во-первых, информационно-психологическое манипулирование всегда носит скрытый характер, то есть совершается тайно, практически незаметно для человека; какие-либо угрозы, другие элементы психического насилия отсутствуют. Человек (адресат) не осознает себя в качестве жертвы, не сопротивляется «навязанному» влиянию и охотно следует указаниям манипулятора (доминирующего субъекта). Криминальное манипулятивное воздействие содержит в себе признаки составов различных преступлений, в том числе и обозначенных ст. 110.1 УК РФ.

Во-вторых, пубертатный (подростковый) возраст является важнейшим этапом становления человека, его социализации, периодом мощных эмоциональных потрясений, личностных изменений. Несовершеннолетние активно пользуются всеми возможностями информационного общества, но из-за неопытности они зачастую не в состоянии избегать интернет-ресурсы, распространяющие вредную, опасную, деструктивную информацию. Негативный контент способен существенным образом исказить картину окружающего мира, нарушить духовное и психологическое равновесие подростка. Если с откровенными интернет-угрозами, поступающими в адрес несовершеннолетних все достаточно ясно, то манипулятивные практики, используемые преступниками, скрыты от глаз и очевидны исключительно для специалистов. Не может не вызывать беспокойства и такое положение дел, когда «ответственность за содеянное» возлагается на жертву манипулятивных воздействий.

В-третьих, «творческий» потенциал современных подростков (особенно активных пользователей интернета) нередко раскрывается в процессе создания ими специфических, контрпродуктивных «кибер-отношений». Но даже в этих обезличенных цифровых измерениях подросток ищет родственную душу, собеседника.

В тех случаях, когда в «иллюзорные миры» несовершеннолетних пользователей интернета, проникает эстетика одиночества, страдания, смерти, «героизация» брутального индивидуализма – следует ожидать негативных последствий в виде усиления дезадаптации, аутоагрессии, суицидов. Особенно возрастает опасность суицидальной готовности подростков после их манипулятивной психологической «обработки».

В-четвертых, противодействие криминальным манипулятивным воздействиям, осуществляемым посредством интернет-технологий, должно носить регулярный, системный характер и основываться на принципах законности, научности, комплексности. Важнейшим условием эффективности процесса противодействия является конструктивный диалог правоохранителей с представителями общественных организаций, учителями, родителями, самими несовершеннолетними.

Литература:

1. Дубравина А.М. Манипулятивные технологии как способ формирования социальных иллюзий // Труды Белорусского государственного технологического ун-та. 2018. №1 (209). С. 110-114.
2. Кроз М.В., Рагинова Н.А., Онищенко О.Р. Криминальное психологическое воздействие. М., 2008.
3. Можар К.А., Блохина О.Е. Личностные особенности подростков, пострадавших от деятельности тоталитарных сект // Юридическая наука: история и современность. 2017. №2. С. 103-112.
4. Сальников В.П., Захарцев С.И. Информационное пространство как новая глобальная угроза человечеству и его правам: философский и правовой подходы // Правовое поле современной экономики. 2015. № 8. С. 11-19.
5. Kloess J.A., Hamilton-Giachritsis C.E., Beech A.R. Offense processes of online sexual grooming and abuse of children via Internet communication platforms // Sexual Abuse. 2019. Т. 31. № 1. P. 73-96.
6. Mironova O. et al. Social and psychological factors of youth involvement in religious and cult organizations through the Internet // 1st International Scientific Practical Conference. The Individual and Society in the Modern Geopolitical Environment (ISMGE 2019). Atlantis Press, P. 481-487.
7. Harpviken A.N. Psychological Vulnerabilities and Extremism Among Western Youth: A Literature Review // Adolescent Research Review. 2019. P. 1-26.
8. Domoff S.E. et al. Development and validation of the Problematic Media Use Measure: A parent report measure of screen media «addiction» in children // Psychology of popular media culture. 2019. Т. 8. №. 1. P. 2.
9. Лебедева Н. РФ примет Хартию защиты детей от деструктивного влияния информации. URL: <https://rg.ru/2016/11/01/rg-primet-hartiiu-zashchity-detej-ot-destruktiivnogo-vliianiia-informacii.html> (дата обращения 17 октября 2019 г.).
10. Чельшева И.В. Аудиовизуальный контент в социальной сети как средство самопрезентации подрастающего поколения: возможности и риски // Медиасреда. 2017. №12. С. 73-78.
11. Catone G. et al. Epidemiological pattern of bullying using a multi-assessment approach: results from the Bullying and Youth Mental Health Naples Study (BYMHNS) // Child abuse & neglect. 2019. Т. 89. P. 18-28.
12. Christakis D.A. The challenges of defining and studying «Digital Addiction» in children // Jama. 2019. Т. 321. № 23. P. 2277-2278.
13. Warming H. et al. Beasts, victims or competent agents: The positioning of children in research literature on manipulation // Childhood. 2019. Т. 26. № 1. P. 39-53.
14. Sedgwick R. et al. Social media, internet use and suicide attempts in adolescents // Current opinion in psychiatry. 2019. Т. 32. № 6. P. 534-541.
15. Замахина Т. Сеть без суицида // Российская газета. 2017. 29 мая. С. 4.
16. Фалалеев М. Выйти из паутины // Российская газета. 2017. 1 июня. С. 3.
17. Фалалеев М. В «группы смерти» прием закрывается // Российская газета. 2017. 10 октября. С. 9.
18. Куликов В. За травлю посадят // Российская газета. 2017. 9 июня. С. 13.
19. Уголовный кодекс Российской Федерации от 13.06.1996 № 63-ФЗ. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_10699/ (дата обращения 17 октября 2019 г.).

Псевдоцитаты политиков. Pseudostate of politicians

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

За последнее время в России интернет-мемы встраиваются во все виды культурного производства. Особенно популярными стали псевдоцитаты. В статье приведены результаты исследования некоторых псевдоцитат, принадлежащих политическим лидерам. Произведен их анализ по нескольким критериям, а также выявлен принцип их функционирования в сети Интернет.

Ключевые слова: псевдоцитаты, интернет-мемы, социальные сети, интернет, интерпретация.

Recently in Russia, Internet memorials are being built into all types of cultural production. Pseudocites have become especially popular. The article presents the results of studies of examples of pseudocites belonging to political leaders. The analysis of the principle of work on the Internet.

Keywords: pseudostate, Internet memes, social networks, Internet, interpretation.

Псевдоцитаты могут пониматься как высказывания, созданные автором текста в форме цитаты, приписываемые несуществующему персонажу либо реальному лицу, в действительности не являющемуся автором приведенного высказывания [1, с.197]. На сегодняшний день часто используются как своеобразный «интернет-мем».

В интернете можно найти массу примеров псевдоцитат. Они как один из видов интернет-мема, совмещают в себе признаки продуктов творчества (эксклюзивность, новация) и продуктов индустрии (массовое распространение и доступность для широкой аудитории благодаря Интернету).

Сообщения в социальных сетях отражают не только конкретные мысли и переживания отдельных людей, но и задают определённую смысловую рамку понимания тех или иных явлений [1, с.73]. Создание новых псевдоцитат является следствием интерпретации в среде интернет-сообществ происходящих социальных событий, волнующих идей и социального опыта.

Было проанализировано сто примеров псевдоцитат, принадлежащих политикам, по нескольким критериям: страна правления политика, главная тема цитаты, степень достоверности, наличие экстремистских лозунгов, лексика, отношение к России. На основе данного анализа был определен принцип функционирования псевдоцитат в сети Интернет. Первоисточники псевдоцитат разнообразны: группы Вконтакте («Псевдоцитаты»), развлекательные сообщества (Пикабу.ру), различные форумы в интернете, посвященные обсуждению псевдоцитат.

Обнаружено, что 50% псевдоцитат принадлежат политикам России (в данную категорию вошли политические лидеры СССР, Российской Империи), 20% относятся к политикам Англии, 10% -Германии, 8%- США, 12%- остальные. В группах Вконтакте наиболее популярными «авторами» псевдоцитат оказались Сталин, Ленин, Путин. Например, фамилия Сталина зафиксирована в 27%. Следует отметить также упоминание в псевдоцитатах политика современности Навального, особенно в группе Вконтакте «Вестник патриота». Самыми популярными иностранными «авторами» оказались: Гитлер (Германия), Рузвельт (США), Линкольн (США).

Некоторые псевдоцитаты отличаются ненормативной лексикой. В 15 % выявлено наличие бранных слов, пошлых, неуместных для употребления в обществе выражений. Данные цитаты распространены в молодежных пабликах Вконтакте.

Воздействие интернет-мемов, а значит и псевдоцитат, рассчитано на эмоции: на юмор, на чувство сопричастности, на гнев и осуждение. Именно поэтому они привлекают внимание, возбуждают желание поделиться. Использование же стилистических средств выразительности в псевдоцитатах делает их более «читаемыми», то есть легко воспринимаемыми. 45% псевдоцитат наделены легким каламбуром, метафорой, едкой, язвительной насмешкой. Из них 20 % вызывают чувство юмора, а 25%-гнев и осуждение. Например, цитата из юмористического паблика ВКонтакте: "Между Первой и Второй перерывчик небольшой! (Гитлер, о мировых войнах)».

Наличием экстремистских лозунгов отличается 7% цитат. Это, прежде всего, цитаты, приписываемые российскому политику А.Навальному, а также Порошенко, некоторым украинским политикам. Все они относятся к подкатегории «русофобские цитаты». Основная цель таких «цитат» - влияние на психологические установки, ценности, образы мировоззрения человека. В остальных цитатах (93 %) экстремистские лозунги отсутствуют.

Тематика псевдоцитат политиков различна. Широко распространены цитаты на тему «проблема России» (30 %). Их приписывают политикам разных эпох: от Петра I до В.Путина. Муссолини, Рузвельт и даже Николай II критикуют Россию и русские обычаи. Сюда же были включены цитаты «патриотизм и Россия». Тема «Сталин: политика, репрессии» принадлежит 10 % цитат. В подобных цитатах обличают деятельность Сталина: либо критикуют, либо оправдывают. Тематика «Политики и юмор» самая часто встречаемая (45 % цитат). Это, прежде всего, связь политика и его деятельности, представленная в виде шутки. 20 % псевдоцитат относится к подкатегории высказываний, где «авторы» возмущаются тем, как к ним относятся в соцсетях. Авраам Линкольн, Альберт Эйнштейн и Адольф Гитлер регулярно «выражают недовольство» тем фактом, что их мысли искажаются, а авторитет используется в иных целях. Например, псевдоцитата: «Главная проблема цитат в интернете в том, что люди сразу верят в их подлинность. В.Ленин».

Распознать псевдоцитату можно, если внимательно проанализировать ее. Например, сопоставить годы правления политика и даты событий, описанных в цитате. Наличие слишком большого количества ненормативной лексики в «цитате» у представительного лица, особенно у исторического политика, подвергает сомнениям в ее правдоподобности. Это позволяет разделить псевдоцитаты на «менее правдоподобные» (к ним относится 70% псевдоцитат) и «правдоподобные» (остальные 30%). Яркий пример «менее правдоподобной» псевдоцитаты - «цитата» Александра III: «У России только два союзника: интернет и чувство юмора». Остальные же требуют тщательного анализа и углубления в историю.

Сочетание изображения и текста на протяжении многих веков применялось как средство воздействия [2, с.136]. Псевдоцитаты чаще всего представлены в виде

картинки: фотография политика и «цитата» автора, расположенная на ее фоне. Так оформлены 30% псевдоцитат. Также лже-цитаты могут употребляться без фотографий, сплошным текстом с отсылкой к автору в конце (60 %). По такому принципу оформлены лже-цитаты группы Вконтакте «Псевдоцитаты». В некоторых случаях псевдоцитата совмещает в себе трансформацию реально существующей интертекстемы и ложную атрибуцию: «В Росси две беды - дураки и дороги. Отто фон Бисмарк». Около 10 % лже-цитат оформлены в виде небольших четверостиший или просто в стихотворной форме. Во многих сразу угадывается отрывки из произведений знаменитых писателей.

Подведем итог. Сложно организованная коммуникативная активность в сети позволяет говорить о возникновении нового типа реальности. Речь идет не просто о «виртуальной реальности» как компьютерном трехмерном симулякре, а о самом феномене сети как области, где происходит свободная социально-коммуникативная деятельность людей, неподвластная никакой ограниченной группе лиц [3, с.124]. Псевдоцитаты передаются в сети Интернет от пользователя к пользователю «горизонтально», что говорит о массовой вовлеченности в создании новых информационных продуктов. Отсутствие единого центра трансляции информации свидетельствует о делении псевдоцитат по степени правдоподобности и использовании их для воплощения собственных идей, интерпретации происходящих событий и общего прошлого.

Литература:

1. Фокина О.В. Псевдоинтертекстуальные включения в текстах СМИ//Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики.2010.197-199.
2. Лобатюк В.В., Никифорова Н.В., Быльева Д.С. Национальная технологическая инициатива: социально-философский анализ //Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского Государственного Политехнического Университета.2017. №1. Том 8. 72-80.
3. З.Голованова Е.И., Часовский Н.В. Интернет-мем как элемент визуализации в СМИ// Вестник Челябинского государственного университета.2015.№5. 135-141.
4. Быльева Д.С. Сеть Интернет как новый тип пространства// Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского Государственного Политехнического Университета. 2016. №2. 124-130.

УДК 159.99, ББК 88.50

К.Д. Михайлов
Kirill Mihajlov, mihajlov.kd@edu.spbstu.ru

Токсичность в соревновательных играх на примере MOBA Dota 2 Toxicity in competitive games on the example of MOBA Dota 2

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

Рассматривается явление токсичности в видеоиграх на конкретном примере – MOBA Dota 2. Описывается частота, с которой в игре встречаются токсичные игроки, а также рассматривается влияние токсичного поведения на коллектив. Выделены наиболее часто встречающиеся типы токсичных игроков и их основные особенности поведения.

Ключевые слова: видеоигры, токсичность, нормы общения, медиакультура.

We consider the phenomenon of toxicity in video games on a specific example – MOBA Dota 2. The frequency with which toxic players occur in the game is described, and the effect of toxic behavior on the team is considered. The most common types of toxic players and their main features of behavior are highlighted.

Keywords: video games, toxicity, norms of communication, media culture.

МОБА (Multiplayer Online Battle Arena) игры отличаются от других игр сильным соревновательным элементом, который позволяет проекту оставаться популярным долгие годы, не смотря на скудность игрового процесса. Игроки тратят годы, чтобы улучшить свои навыки в игре или научиться чему-то новому

Ярким представителем многопользовательских стратегий в реальном времени является Dota 2. Средний онлайн в этой игре выше 500 тысяч человек ежедневно [7]. Однако, не смотря на популярность максимальное количество пользователей онлайн не превышает уровня 2016 года. Этому есть серьезная причина – токсичность игроков. Новичок, пришедший в Dota 2 скорее всего закроет игру после пары матчей, поняв, что от подобного опыта он не получил никакого удовольствия.

Целью этого исследования является выявление токсичности игроков, типов токсичных игроков и влияние токсичности на игровой процесс и сообщество игры в соревновательных играх в регионах Восточная Европа и Россия в МОБА Dota 2, для этого было решено изучить поведение людей в реальных матчах на среднем показателе порядочности игроков. Игроки опрашивались в ходе матчей, и после игры в личной беседе. Данные для исследования были получены в результате опроса 1000 игроков и анализа 100 матчей в период с 1 марта по 15 апреля 2019 года.

Для решения поставленной задачи была выбран регион Восточная Европа и Россия в Dota 2, одной из самых популярных МОБА игр. О популярности игры говорят цифры: каждый день в игре можно наблюдать больше чем 800 тысяч [7], тогда как в самой популярной МОБА League of Legends ежедневный онлайн больше 1.4 миллиона человек [8, 9]. Dota 2 значительно уступает League of Legends по показателям ежедневного онлайн, и это логично, ведь Dota 2 сложнее и требует постоянного взаимодействия с командой.

Отличительной чертой многопользовательских игр можно назвать наличие токсичных игроков. Токсичность - чрезвычайная грубость, злость или вредительство [5]. Определение токсичности пришло в Россию из-за границы и сразу вошло в оборот среди игроков в онлайн игры, что вполне логично, ведь игроки довольно часто встречаются с токсичностью. Примечательно, что 569 из 1000 опрошенных игроков в Dota 2 хотели бы играть с адекватными, менее токсичными людьми. Это значит, что 56,9% опрошенных игроков недовольны сообществом игры и страдают от токсичных игроков. Здесь стоит отметить, что токсичность - это явление, встречающееся не только в онлайн-играх, но и в реальной жизни – токсичные сотрудники в коллективе представляют угрозу его продуктивности и дальнейшему существованию этого коллектива [4, с.58-60].

В результате анализа 100 матчей выяснилось, что игроки, намеренно вредящие команде, так называемые “тролли” встречаются крайне редко, в 1 игре из 100 был встречен всего 1 тролль. Такой результат объясняется системой наказаний за намеренный выход из матча и проигрыш.

В результате 100 матчей оказалось, что в 86% случаев игрок встречается с токсичными игроками, которых, как правило 1-2 (в 52% игр токсичных игроков двое, в 39% игр всего один токсичный игрок), но никто из них не ставит цель испортить игру

своей команде. Для сравнения в League of Legends на серверах Восточной Европы и России токсичные игроки встречаются в 79% игр [6]. Примечательно что уже с самого начала матча есть игроки, игнорирующие просьбы своей команды, оскорбляющие других игроков за “неправильный” выбор героя или предметов, тем самым настраивая игрока и команду против себя. Такие игроки высмеивают других даже за незначительные ошибки, не замечая собственных. Вся последующая игра с подобным человеком превращается в дискуссию о том, кто и когда совершил более грубую ошибку.

Подобное поведение часто приводит к поражению. Как показал анализ 100 игр, в 86 из которых были токсичные игроки, а показатель побед в матчах без грубых игроков был выше на 10% чем с токсичными игроками. Токсичное поведение оказывает влияние на всю команду, каждый игрок которой теряет концентрацию и отвлекается на проявления грубости в свой адрес и в адрес своих союзников. Сюда же можно отнести намеренный проигрыш игры токсичным игроком, поругавшимся с другими игроками.

Стоит выделить две основные категории токсичных игроков: эгоисты и не выдерживающие стресса игроки.

Эгоизм — себялюбие, предпочтение своих, личных интересов интересам других, пренебрежение к интересам общества и окружающих [11]. Эгоистов заботит не сам игровой процесс, а самоутверждение в процессе игры. Эгоист часто оскорбляет других, называя игроков «даунами» (Англ. Down –человек с синдромом Дауна) и «животными», указывая на их умственные способности. Такие люди стараются любой ценой занять важную роль в команде, часто обосновывая это фразой “Кто, если не я?”. Такие игроки никогда не готовы уступить и готовы пойти на многое ради самоутверждения. Виртуальные миры обладают специфической формой реальности, не позволяющей распространять на нее нормы поведения обыденной реальности. Их привлекательность и состоит прежде всего в том, что там «возможное невозможное» [3, с.26]. Именно эта особенность соревновательных игр и Dota 2 в частности привлекает таких людей, ведь гораздо легче самоутвердиться на фоне других игроков, презентовать себя как профессионала в игре. Среди таких игроков сильнее выражен эгоцентризм игроков и их любовь к чувству превосходства над другими [2, с.14].

Отличительные черты эгоистов:

1) Нежелание уступить. Эгоист никогда не уступит роль, даже если вся команда будет против, он делает по-своему. Игрок руководствуется только собственными интересами и выгодой.

2) Игрок винит команду в собственном поражении. По мнению эгоистичного игрока в поражении чаще всего виноваты 1-2 союзника, допустившие ошибку, даже самую незначительную, и, конечно же, такой человек не упустит возможности пристыдить этих игроков в конце игры.

3) Игрок отказывается признавать собственные ошибки, но активно критикует союзников. Из-за исключительной уверенности в себе эгоист не признает даже очевидную ошибку, но уверен что его мнение и критику должен выслушать каждый,

кто по его мнению действует неправильно. Часто слыша критику в свою сторону игрок просто отключает чат.

4) Травля союзников. Эгоист будет критиковать других, чтобы превознести себя при любой удобной возможности, таким образом он сможет самоутвердиться.

5) Игрок ставит собственные интересы выше интересов команды. Эгоист выберет убить больше врагов или заработать больше золота и проиграть, если у него будет возможность благодаря этому почувствовать себя более сильным игроком.

Наблюдая за поведением игроков в матчах, можно сказать, какие именно признаки выдают токсичного игрока. Подобного игрока легко можно распознать по первым четырем пунктам, которых придерживались игроки в 83 играх из 100, эти три критерия позволяют с уверенностью сказать, что человек эгоистичен и будет неподобающе себя вести. Что касается последнего критерия, встречается он гораздо реже: пятый признак присутствовал примерно у 53% подобных игроков, или в 42 случаях из 83, связано это с тем, что мериллом успешности игрока стал показатель очков MMR (Match Making Rating –рейтинг подбора игроков), никак не зависящий от показателей игрока и увеличивающийся только в случае победы.

Игроки, не выдерживающие напряжения во время игры не способны справляться со сложностями во время матча. Таких игроков несложно определить, в тяжелых ситуациях они начинают жаловаться и высказывать всё команде, зачастую совершая необдуманные поступки и оскорбляя других. Такого игрока необходимо поддерживать, ведь в каком-то смысле он сам является жертвой агрессивных игроков и напряженной игровой среды.

Отличительные черты игроков, не способных справиться со стрессом во время игры:

1) Игрок очень эмоционален. Подобные игроки сильно переживают за исход матча, и потому очень огорчаются, когда ситуация в игре ухудшается для их команды.

2) Болезненная реакция на критику. Любая критика очень давит на таких игроков, что приводит к выходу игрока из матча или намеренному проигрышу. Игрок зачастую даже не заметит, если оскорбит кого-то, а после будет думать что сам стал жертвой оскорблений [6].

3) Более частое использование чата. Подобные игроки используют внутриигровой чат гораздо чаще, всеми силами стараясь поддерживать связь с командой, нередко раздавая советы и отвлекаясь на ошибки других игроков.

4) Неспособность выдержать напряжение в процессе игры. Часто достаточно отказа команды помочь два-три раза для того, чтобы такой игрок покинул матч или начал играть, игнорируя команду.

5) Зависимость от команды. Подобные игроки придают большое значение атмосфере в команде, а также всему, что пишется во внутриигровом чате, потому такие игроки готовы перестать играть после того, как два игрока начнут оскорблять друг друга.

Наблюдая за поведением подобных игроков в течение матча можно определить частоту, с которой проявляется тот или иной признак. Подобного игрока легко

распознать по первому, третьему и четвертому критерию, которые являются ключевыми и встретились в 77 играх из 100. Поведение, описанное во втором критерии, встречается реже, в 47 из 77 матчей с подобными игроками, то есть примерно в 61% случаев. Зависимость от атмосферы в команде проявляется гораздо реже – в 21 игре из 77, или в 27% случаев. Игрок, очень озабоченный победой, с самого начала игры раздает советы, общается с командой, но после пары-тройки ошибок и появления конфликтов между игроками такой человек говорит о том, что шансов на победу нет, перестает играть и пишет «FF» (Англ. Fast Finish – просьба закончить матч быстро).

Что касается распространенности подобных игроков, то чаще всего в команде присутствует эгоист, задирающий команду, и игрок, не способный выдержать напряжение в команде и ее разлад. В 74 играх из 100 присутствовали оба типа игроков, в 3 – только нервный игрок, и в 9 – только эгоист.

Как показали результаты опроса, токсичное поведение приводит к потере удовольствия от игры у 917 игроков из 1000, где большинство опрошенных ответили, что просто не хотят играть в среде людей, не уважающих чувства других. Хотя есть и игроки, не обращающие внимание на токсичность и готовые продолжать наслаждаться игрой даже с токсичным игроком в команде. Однако в большинстве случаев запуская игру человек ожидает оказаться в команде из пяти человек настроенных на достижение общей цели, а чаще приходит в коллектив, в котором один игрок уже настроен на агрессивную критику чужих ошибок.

В 71 из 86 матчей, то есть примерно в 83% случаев игроки перенимали манеру общения неадекватных игроков, начинали грубить и оскорблять союзников. Отсюда можно сделать вывод о том, что сообщество игры в некоторой мере поддается влиянию токсичных игроков и отвечает агрессией на агрессию.

Важно заметить, что 431 опрошенный из 1000 игроков вели себя неподобающе из-за проигранной накануне игры, часто они были обижены на одного или нескольких игроков, которые, по их мнению, стали причиной поражения. Здесь нужно сделать важное замечание: 47 из 431 игроков с самого начала матча были настроены на поражение, не прикладывали никаких усилий и агрессивно реагировали на просьбы остальных игроков.

Стоит отметить, что сообщество Dota 2 нельзя назвать дружелюбным: из 1000 игроков в 100 играх только 19 человек иногда благодарили свою команду за помощь во внутриигровом или голосовом чате. Однако немаловажен случай, когда все 10 игроков в матче наслаждались игрой, благодарили свою команду и были готовы принять поражение от более сильной команды, считая соперника достойным.

Итак, изучив поведение игроков в 100 матчах, а также опросив их выяснили, что токсичная среда в онлайн играх отпугивает новых игроков, а также влияет на впечатление от игры. В процессе исследования был установлен процент игр с токсичными игроками, влияние токсичности на игровой процесс и сообщество игры, а также реакция сообщества на токсичных игроков. Так же стало понятно, что 56,9% игроков хотят играть с менее токсичными людьми. Исследование также дает основания полагать, что игроки иногда становятся токсичными в результате воздействия

агрессивных и неадекватных игроков. Самое распространенное желание игроков Восточной Европы и России – это адекватное и менее токсичное игровое сообщество, и это желание вполне оправдано, ведь игроки не могут в полной мере насладиться игровым процессом и получают массу негативных эмоций в процессе игры, с чем связан уход игроков и невозможность притока новой аудитории. Были выделены два основных типа токсичных людей и их особенности.

Литература:

1. Быльева Д.С., Лобатюк В.В. Смартмоб: социально-философский анализ // Научно-технические ведомости СПбГПУ. Гуманитарные и общественные науки. 2017. Т. 8, № 4. С. 96–107. DOI : 10.18721/JHSS .8409
2. Вдовиченко С. С. Речевой портрет языковой личности игрока в DotA2 / С. С. Вдовиченко // Научный диалог. — 2016. — № 2 (50). — С. 9—20.
3. Быльева Д.С., Нам Т.А. Законы существования в виртуальных мирах: построение и нарушение // Сетевой журнал «Философия и гуманитарные науки в информационном обществе». 2018. № 4 (21), С. 20-29
4. Эсаулова И.А., Нагибина Н.И. Токсичный персонал: проблемы и методы управления // Управленец 5/69/2017 С.58-71
5. Словарь Merriam-Webster Dictionary – Toxic // MERRIAM-WEBSTER URL: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/toxic> (дата обращения 7.04.2019)
6. Токсичные игроки Восточной Европы. Как решить проблему? // GAMETREE URL: https://gametree.me/blog/ru/issledovanie_vnutnigrovooy_toksichnosti/ (дата обращения 20.03.2019)
7. Dota 2 // STEAMCHARTS URL:<https://steamcharts.com/app/570>
8. Статистика игр по лигам –League of Legends Russia // RU.OP URL: <https://ru.op.gg/statistics/tier/> (дата обращения 5.04.2019)
9. Статистика игр по лигам – Leagues of Legends Europe West// EUW.OP URL: <https://euw.op.gg/ranking/ladder/> (дата обращения 5.04.2019)
10. Eastern Europe's toxic gamer problem// GAMETREE URL: <https://gametree.me/blog/toxicity/> (дата обращения 4.05.2019)
11. Толковый словарь С.И. Ожегова – эгоизм // Вокабула URL: <http://www.вокабула.рф/словари/толковый-словарь-ожегова/эгоизм> (дата обращения 4.05.2019)

УДК 316.773.4, ББК 60

А.А. Сигунова

Alika Sigunova, sigunova.aa@edu.spbstu.ru

Исследование интернет-мема «как тебе такое, Илон Маск?» The research of the internet meme «how do you like it, Elon Musk?»

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

Данная статья представляет собой исследование интернет-мема «Как тебе такое, Илон Маск?», основанное на публикациях пользователей в социальных сетях. Производится анализ аудитории, на которую направлен данный мем, платформы, на которой он размещен, и формата его представления обществу. Актуальность определяется степенью неизученности такой единицы интернет-коммуникации, как интернет-мем, а также ее стремительным распространением в виртуальной среде. В течение предшествующего года интернет-мем «Как тебе такое, Илон Маск» стал популярным среди пользователей. Автор приходит к выводу, что причиной этому могли послужить как быстро растущая тенденция развития всемирного научного комплекса, так и потребность людей в создании и размещении совершенно новых и быстро набирающих высокие рейтинги публикаций.

Ключевые слова: интернет, мем, социальные сети, коммуникация, аудитория

This article is a study of the Internet meme "How do you like it, Elon Musk?", based on the publications of users in social networks. The article analyzes the audience to which the meme is directed, the platform on which it is placed, and the format of its presentation to the public. The relevance is determined by the degree of unexplored unit of Internet communication, as an Internet meme, as well as its rapid spread in a virtual environment. During the previous year, the Internet meme "How do you like it, Elon Musk" became popular among users. The author concludes that the reason for this could serve as a rapidly growing trend in the

development of the world scientific complex, and the need for people to create and place a completely new and quickly gaining high ratings publications.

Keywords: internet, meme, social networking, communication, audience

Интернет рассматривается как качественно новая информационно-коммуникативная среда, открывающая особые возможности для реализации интеллектуальных и творческих потребностей человека, пишет в своей работе Ю.В. Щурина [1, с. 85]. Вконтакте, Twitter, Instagram, Facebook, Pinterest – все эти и другие социальные сети являются очень популярными среди интернет-пользователей. Широкое внедрение социальных сетей способствует социализации Интернета. Он стал той технологией, которая впервые сделала возможным общение многих людей с другими в любой момент времени и в глобальном масштабе [2, с.96]. Кроме того, следует добавить, что географическое положение индивидов уже совсем не имеет значения, важным оказывается лишь их нахождение в коммуникативном сетевом пространстве. Нужно отметить, что сложно организованная коммуникативная активность в сети позволяет говорить о возникновении нового типа реальности, где происходит самостоятельное социально-коммуникативное взаимодействие людей, которое не зависит ни от какой ограниченной группы лиц. Об этом также пишет в своей публикации Д.С. Быльева. [3, с.124]. Благодаря своей универсальности, интернет породил такой многоаспектный феномен как интернет-мемы. Они основаны на социальном знании, индивидуальном опыте и творческом воображении.

Слово «мем» произошло от греческого слова «подобие». Это отражает одно из основных свойств мема — способность к производству собственных копий, а следовательно, и быстрое распространение в виртуальном пространстве. За последние годы одним из инструментов общения в интернете стали мемы. Они могут рассмешить, оскорбить, стать причиной конфликта и межнациональной розни; их используют в рекламе, на митингах [4, с.195]. Они с огромной скоростью внедряются в социальную жизнь людей. Мемы отражают культурные стандарты и явления нынешней реальности, которые актуальны и интересны для интернет-пользователей [1, с. 86]. Также размещаемые посты являются способом самовыражения, самореализации личности.

В данной статье мы рассмотрим достаточно популярный мем «А как тебе такое, Илон Маск?», связанный с знаменитым американским изобретателем Илоном Маском. Илон Маск является одним из признанных гениев и инноваторов 21-го века. Он создал платежную систему PayPal, занимается производством электрокаров Tesla и основал частную космическую компанию SpaceX. Илон Маск стоит наряду с такими гениями, как Стив Джобс, Мартин Купер и другими, которые определили тенденцию развития современного мира. [5, с.199]. В более широком смысле, «Как тебе такое, Илон Маск?» — серия постов бытовых российских лайфхаков, изобретений, которые ставят в противовес образу «двигателя технического прогресса».

Материалом нашего исследования послужили мемы, найденные в таких социальных сетях как Вконтакте и Twitter и через поисковую систему Google по запросу «Как тебе такое, Илон Маск?». Были выявлены следующие критерии для анализа: что изображает мем; на какую аудиторию направлен (данный критерий подразделяется на следующие пункты: возраст людей, которых интересует данный

контент; направлен на отечественную или зарубежную аудиторию); в какой социальной сети распространен и в каком формате.

Теперь перейдем к анализу отобранного материала (100 различных фотографий-мемов). Все рассматриваемые мемы можно подразделить на визуальные (картинки), креолизованные (состоящие из текстовой и визуальной части) и текстовые (комментарии, твиты, цитаты).

Что интересно, в ходе работы было выявлено, что в 67% случаев на картинке присутствует не сам Илон Маск, а лишь упоминание о нем в виде текста или комментария к ней (рис.1)

В 9% случаях мем является отражением какой-либо субъективной ситуации, и, чаще всего, он не рассчитан на многочисленную аудиторию, а лишь на узкий круг людей (друзей, подписчиков пользователя). Пример: девушка размещает у себя в социальной сети запись «отменила все пары устроила себе выходной как тебе такое илон маск». Данная публикация рассчитана на определенных читателей. 84% картинок высмеивает нелепые русские «находки», ситуации и происшествия. Пример: привязанный к автомобильному дворнику хозяйственный веник. Оставшиеся 7% достаются зарубежным создателям мемов, которые, как только узнали о его существовании, сразу же оценили его замысел и уникальность (рис.2).

Как тебе такое, Илон Маск?



Рис.1 Пример публикации

And how do you like this, Elon Musk?

Перевести твит



Рис.2 Пример публикации

В 84% случаев мем изображает различные нелепые изобретения, которые могли быть придуманы людьми только в самых безвыходных и непредвиденных ситуациях. В то же время эту категорию можно разделить на так называемые подкатегории: изобретения, которые люди используют в бытовой жизни (пример: брелочек или подвеска с чесноком, сделанные из коробочки от киндер-сюрприза). 36% от найденного материала; изобретения, основой которых является лень (пример: человек закрепил угол от упаковки с сыром скрепкой, чтоб лишний раз ее не открывать). 27% от найденного материала; лайфхаки, основанные на менталитете русского народа (пример: ямы на дорогах Калуги залатали скошенной травой). 9% от найденного материала; совершенно бессмысленные изобретения, которые лишь вызывают чувство иронии у аудитории (пример: мангал, сделанный из унитаза) 28% от найденного материала.

Также 2% — это юмористические картинки и посты, относящиеся к политике и ситуации в мире в целом (рис.3).



Как тебе такое, Илон Маск?

Рис.3 Пример публикации

Ещё 5 % — это личные фотографии людей, которые связаны именно с космической промышленностью, а именно с запуском ракеты компании SpaceX. Пример: серия фотографий видеоблогера (Brianmars) на фоне Лахта-центра с подписями: 1. «Моя ракета строится. Как тебе такое, Илон Маск?» 2. «Моя ракета почти готова. Тебе лучше поторопиться, Илон Маск» (фотографии сделаны на разных этапах строительства общественно-делового комплекса «Лахта-центр»). Так же интересным оказался пост в Twitter, связанный с Днем космонавтики: «Воронежцы ко Дню космонавтики выстроили из машины ракету, как тебе такое, Илон Маск?». 3% — это комментарии пользователей, в которых они призывают Илона Маска решить их проблемы. Оставшиеся 8% - это описание различных странных событий и ситуаций в виде твитов или записей на стене, в приложении к которым идет фотография с Илоном Маском (это может быть как просто снимок инженера, так и прикрепленное фото его изобретения) и подпись «Как тебе такое, Илон Маск?».

Большого всего про этот мем писали мужчины (около 70%), что было очевидно исходя из технической составляющей. Оставшиеся 30% достаются женщинам и различным юмористическим сообществам. Возраст основной группы авторов составляет 18–24 года (74%), что соответствует возрасту основной группы пользователей социальных сетей Вконтакте и Twitter. 19% — это подростки в возрасте от 14 до 18 лет, оставшиеся 7% - люди старше 24 лет.



Рис.4 Пример публикации

Мем быстро привлек внимание, и другие иностранные пользователи присоединились к комментированию. В основном это происходило через такие

социальные сети как Twitter и Facebook. В зарубежной интерпретации мем звучит как «How do you like it, Elon Musk?» и составляет 29% от найденного материала (рис.4).

Можно сказать, данный мем привел в восторг зарубежных читателей. Существуют позитивные комментарии от иностранных пользователей о необычных изобретениях и самоиронии россиян. На своих страницах в социальных сетях под постами с мемами про Илона Маска они пишут: «Damn Russia just won the meme game» (перевод: «Черт, Россия победила в соревновании по мемам»); «100% true, Russian memes are top tier, it's like most of the reason I keep up with my Russian learning at all» (перевод: «Русские мемы на высоте, 100%. Это одна из главных причин, почему я не бросаю учить русский»). Поэтому, можно сказать, что данный мем стал популярным не только на русскоязычной платформе.

В результате анализа, удалось выяснить, что самое большое количество мемов можно встретить в «Twitter» – 57%. 25% принадлежит социальной сети «ВКонтакте» (кроме публикаций самих пользователей, здесь существуют сообщества, направленные на создание мема «Как тебе такое, Илон Маск?»). Оставшиеся 18% — это остальные социальные сети, блоги, форумы.

Таким образом, проанализировав отобранный материал, можно сделать вывод, что данный мем стал популярен именно за счет быстро растущего технического прогресса и потребности людей в создании и размещении публикаций, набирающих высокие рейтинги. Почти во всех случаях в данных картинках-мемах отсутствует понятие цивилизованного мира, нет культуры, красоты, эстетики. Люди стараются упростить жизнь. Данным мемом интересуются в основном юноши в возрасте от 18 до 24 лет. Также в своих социальных сетях мем публикуют иностранные пользователи. Самой крупной платформой, на которой можно найти данные картинки, является «Twitter». В большинстве случаев данный мем именно высмеивает нелепость различных ситуаций и изобретений, однако он наталкивает людей на создание чего-то нового, что может привести к открытиям в мире технологий. Данные юмористические картинки позволяют не только поднять настроение (посмеяться и удивиться всему происходящему на планете), но и действительно задуматься о механизмах технологического прогресса и, возможно, реализации некоторых собственных идей.

Литература:

1. Шурина Ю.В. Интернет-мемы как феномен интернет-коммуникации // Научный диалог. 2012. Выпуск № 3. С.161-172.
2. Быльева Д.С., Лобатюк В.В. Смартмоб: социально-философский анализ // Научно-технические ведомости СПбГПУ. Гуманитарные и общественные науки. 2017. Т. 8, № 4. С. 96–107. DOI: 10.18721/JHSS.8409
3. Быльева Д.С. Сеть Интернет как новый тип пространства//Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского Государственного Политехнического Университета, 2016. №2. С.124-130. DOI 10.5862/JHSS.244.15
4. Лысенко Е.Н. Интернет-мемы в коммуникации молодежи. Вестник СПбГУ. Социология. 2017. Т.10. Вып.4. С. 410-424.
5. Водолазкин С. С., Шаповалова Ю.В. Анализ влияния актуальных проектов и технологических прорывов Илона Маска на современную цивилизацию// Современные научные исследования и разработки. 2018. №4(21). С. 197-199.

Анализ конца света в «фильмах-катастрофах» Analysis of the end of the world in «disaster films»

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

В данном исследовании было изучено более 70 фильмов, сюжетом которых являются катастрофы, случившиеся при различных обстоятельствах, приведших к гибели людей и разрушению планеты. В ходе анализа выявлены и разобраны все причины конца света в фильмах, а также рассмотрены способы восстановления планеты после апокалипсиса, количество выживших, жанр и другое. Кроме того, удалось выяснить какие самые распространенные вариации развития событий в таких кинокартинах.

Ключевые слова: фильм, сюжет, восстановление, катастрофа, разрушение.

In this study, more than 70 films were studied, the plot of which is the disaster that occurred under various circumstances that led to the death of people and the destruction of the planet. The analysis identified and analyzed all the causes of the end of the world in the movies, as well as ways to restore the planet after the Apocalypse, the number of survivors, genre and more. In addition, it was possible to find out what are the most common variations of events in the disaster films

Key words: film, plot, recovery, disaster, destruction.

Актуальность

Фильмы-катастрофы занимают большой сегмент кинорынка в наши дни. Сегодня сложно найти человека, который бы хоть раз в жизни не видел фильма с апокалипсическим сюжетом. Рост популярности подобных фильмов может многое сказать нам о состоянии общества сегодня.

Кино еще со времён своего зарождения было искусством, наиболее точно отражающим настроения масс. Поэтому анализ наиболее популярной кинопродукции играет важную роль в анализе общества как такового. Особенную важность имеют фильмы фантастические, то есть те фильмы, в которых отражён образ будущего характерный для данной эпохи. Поэтому возросшая популярность фильмов катастроф может быть рассмотрено как тревожный знак.

Цель и задачи работы

Основной целью работы является выявление наиболее популярных фильмов-катастроф, а также проведение на их основе анализа актуального состояния общественного сознания. Главной задачей работы является разбор наиболее популярных фильмов-катастроф, выявление в них тех или иных инвариантов.

Кино сегодня по-прежнему остается, наверное, самым демократичным и массовым видом искусства. Сегодня сложно найти человека, который хоть раз в своей жизни не был в кинотеатре. По данным исследования Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ) каждый месяц ходят в кино примерно 12% опрошенных (среди 18-24-летних эта доля достигает 34%, среди москвичей и петербуржцев – 22%)[1]. Те, кто предпочитает оставаться дома, всегда могут посмотреть фильм в интернете.

Многие социологи и социальные мыслители обращаются к кино для анализа текущего состояния общественного сознания. Здесь можно вспомнить словенского

философа Славоя Жижека [2, с 472], американского искусствоведа и социолога Фредерика Джеймисона [3, с 414] русского психоаналитика и теоретика кино Виктора Мазина [4, с 336] и многих других.

В последнее время стали набирать популярность так называемые фильмы-катастрофы. По данным сайта vavilon.ru они занимают 9 место среди самых популярных киножанров [5].

Результаты

Ежедневно люди с разными вкусами по всему миру интересуются фильмами, в которых герои попадают в катастрофу и пытаются спастись. Рассмотрим 70 фильмов-катастроф, самых популярных на сегодняшний день среди общества. Кинофильмы были распределены в соответствии с 10 критериями, такими как «жанр», «причина катастрофы», «последствия катастрофы», «процесс разрушения» и другими.

Проанализировав, самыми популярными «причинами катастрофы» оказались: вирус, эпидемия, пандемия; природные катаклизмы; инопланетное вторжение; влияние космоса: падение астероида или кометы; социальные проблемы и «Фантастические проблемы» - вампиры, демоны, призраки, всепоглощающее зло (Рис. 1).

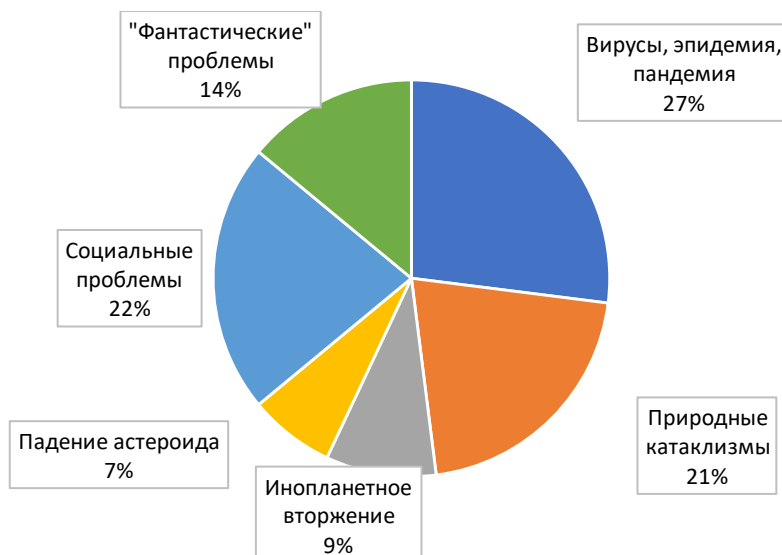


Рисунок 2. Причины конца света.

По результатам исследования наиболее распространенной причиной конца света на планете является вирус и другие глобальные заболевания, что составляет 27% от всех фильмов. Вследствие заражения планеты гибнет почти 95% человечества и остаются только те люди, которые успешно приспосабливаются к новым условиям жизни на Земле и именно они и находят «противоядие», «лекарство» от пандемии. Вирус появляется обычно в результате техногенных катастроф или по причине необдуманных человеческих поступков (терроризм), как например, в кинофильме «Kingsmen», в котором главный преступник запустил электронный вирус по всему миру, тем самым отсеивая и убивая «недостойных жизни людей», то есть бедных, и оставляя самых богатых и состоятельных. Что касается сюжета, то почти в 50% случаев после заражения наступает зомби-апокалипсис, а в других 50% наступает просто смерть человечества. Вероятность восстановления планеты, спасения человечества

чаще всего высокая - 31%, и также восстановление происходит разными способами. Самый распространенный способ - создание вакцины (в 80% всех фильмах встречается такой метод восстановления), а также часто встречается либо переселение на другую планету (7%) либо создание альтернативных источников условий жизни на Земле (научно-технический прогресс) - 13%.

Далее по популярности идет «природные катаклизмы», составляет 21% от всего количества кино. Рассматриваются различные потопаы, землетрясения, тайфуны, ураганы, глобальные потепления. Почти в 90% случаев это происходит ввиду пагубного влияния всего человечества на природу: загрязнение мусором, химическое заражение, загрязнение атмосферы и т.п. В этой категории все способы восстановления примерно одинаковые. Человечество со временем восстанавливается посредством начала новой жизни, то есть они начинают отстраивать свой мир заново. В таких катастрофах погибает почти все население - 97%, остаются лишь самые организованные, смекалистые, смелые, обычно молодежь возрастом 15-30 лет или военные, или просто те, кому улыбнулась удача. Например, фильм «Пятая волна», там выживают в основном подростки, которые не сидят на месте, пытаясь спасти своих родных.

Следующей причиной катастрофы послужили фантастические существа, что составляет 14% от всех кинофильмов. Например, вампиры - 55%, призраки - 20% и мрак или всепоглощающее зло - 25%. Но, конечно, под фантастическими «тварями» подразумеваются обычно люди или просто все зло в целом, как например, в фильме «Пятый элемент», здесь в качестве злодеев выступают уродливые существа, которые пытаются завладеть пятым элементом, необходимым для спасения другой планеты. В этой категории чаще всего спасение происходит посредством сражений, войны добра и зла, а также в 2 из 10 фильмов люди приспособляются к жизни совместно с этими существами или «лечат» этих существ, которые впоследствии становятся «хорошими». Фильмы с таким сюжетом в 80% случаях заканчиваются хорошо.

Киноленты, где апокалипсис, катастрофа случается в результате социальных проблем, политических споров, составляют 22%. Здесь в 52% конец света происходит в результате ядерных войн, а в остальных 48% случаются гражданские войны, где государство подразделяет общество на классы и само решает, кому и как жить. В психологической антиутопии «Голодные игры» правительство каждый год проводит испытания, в которых погибают ни в чем неповинные люди, тем самым проводя естественный отбор общества, где с трудом выживают 2 из 20 человек. Именно они и освобождают свою страну от такого правительства. Зачастую такие фильмы заканчиваются хэппи-эндами, где обычные люди побеждают правящий класс (в 7 из 16 кинокартин), а в оставшихся 9 люди восстанавливаются после ядерной войны, где погибает практически все человечество.

«Инопланетное вторжение» по результатам исследования является предпоследней по рейтингу причиной конца света – 9%. Инопланетяне врываются на Землю либо с захватом новых земель, либо с целью захвата человеческих ресурсов. В 4 из 6 фильмах НЛО покидает планету, уничтожая большую часть населения, в

остальных супергерои успевают спасти людей, но не всех. Также не все чужеземцы в фильмах становятся всемирными разрушителями, в 23% случаев инопланетяне спасают или помогают спасти Землю, как например, в фильме «Стражи галактики» Гоморра противостоит своему отцу Таносу уничтожить планету.

Последней по популярности категория (7%) связана с космосом, где он становится источником разрушения планеты, то есть в 40% случаев на Землю падает какой-либо астероид или комета, уничтожающая или почти уничтожающая планету. В 60% фильмов чужеродное тело успевают ликвидировать, тем самым спасая планету.

Что касается жанра таких фильмов-катастроф, то самыми популярными являются триллеры, боевики, приключения, комедии. Больше всего такие киноленты снимают в США - 74%, затем в Великобритании - 14%, Канаде - 6%, Австралии - 4%, России, Южной Кореи, Японии, Германии, Франции - 2%.

Самыми рейтинговыми фильмами, собирающие сотни миллионов долларов по всему миру являются те, в которых источником разрушения становится сама природа (40%), за ними идут зомби-апокалипсисы и массовые заражения (34%).

В настоящее время виртуальный мир, который проявляется в кино, интернете и т.п. отражает все мысли и идеи общества. Исследователи указывают, что нарастающая виртуальность бытия человека сближает идеи и концепты с их воплощением [6, с 41].

Выводы

По результатам исследования самые распространенные фильмы-апокалипсисы стали те, конец света в которых случился по причине вирусов и эпидемий (27%). После чего в итоге погибает около 97% населения планеты. Также в 80% кино возможно восстановление Земли. Что касается рейтингов, то киноленты, сюжетом которых являются природные катаклизмы и зомби-апокалипсисы являются наиболее популярными. Более того, данные кинокартины очень распространены из-за высокого качества спецэффектов и захватывающего сюжета, это самая подходящая категория фильмов, где можно задействовать все возможности современных технологий. На сегодняшний день киноленты до сих пор остаются одним из главных выразителей чувств и надежд человечества.

Литература:

1. Про кино: предпочтения россиян: ВЦИОМ – 2017 from <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=116277>
2. Жижек С. Киногид извращенца: Кино, философия, идеология: сборник эссе / Славой Жижек ; предисл. А. Павлова; пер. с англ. – Екатеринбург: Гонзо, 2014. – 472 с.
3. Джеймисон, Ф. Марксизм и интерпретация культуры / Пер. с англ. – Москва; Екатеринбург: Кабинетный ученый, 2014. – 414 с.
4. Мазин В. А. Лакан в кино. – СПб: Сеанс, 2015. – 336 с., ил.
5. Самые популярные жанры кино: Вавилон – 2018 from <https://vawilon.ru/statistika-filmov/>
6. Быльева Д.С. Образ науки в интернет-пространстве // Наука в общественном диалоге: ценности, коммуникации, организация: материалы международной научной конференции. - СПб: Изд-во Политехн. ун-та, 2017. С.41-43

Секция 9. Традиции и новые форматы образования
Traditions and new formats of education

УДК 1/ 316.77; 008.2, ББК 71.0; 60.0

О.Л. Гнатюк
Olga Gnatyuk, gnatuk_05@mail.ru

**От педагогической антропологии к дистанционному он-лайн образованию:
противоречие целей и смыслов реформы высшего образования. Эссе**
**From Pedagogical Anthropology to on-line Education: Contradiction of Goals and
Senses of Higher School's Reform. Essay**

РГПУ им. А.И.Герцена
Herzen State Pedagogical University of Russia

В эссе рассмотрены противоречия целей и ценностей реформы высшего образования в России в 1990-х и с середины 2000-х гг. с позиции несовпадения основных функций института высшего образования и его управляемости. Характеризуются противоречивость новых социальных медиа (феномен кибер-памяти) в условиях консьюмеристского общества, возможность появления негативных тенденций среди студентов в связи с появлением онлайн-образования. Такие негативные последствия плохо управляемой реформы высшего образования в России далеки не только от основных функций образования, но и от педагогической антропологии, имеющей истоки в истории русской философии.

Ключевые слова: высшее образование, новые социальные медиа, кибер-память, кибер-сознание, цели реформы высшего образования в России в 1900-2000-е гг., СМК и СМИ, создающие «мозаичную» культуру, педагогическая антропология, клип-сознание, он-лайн-образование

This essay deals with transformation of rational and irrational communicative space of Modern University and contradictionaries of goals and axiosphere-content in modern University. The essay presents a vision of the phenomenon of new media with the effect of cyber-memory in condition of post-modern values as a factor of socio-cultural reality. Contemporary University reforms in Russia .is uncontrolling and far from humanitarian ideas of Russian pedagogical anthropology

Keywords: contradictories of goals and values of Higher School's reform in Russia in 1900-2000, values of postmodernism, contradictories and negative trends of modern on-line Education, new social-media, cyber-memory, clip-consciousness, pedagogical anthropology.

В условиях все более обостряющегося критического дискурса о целях, смыслах и результатах современного высшего гуманитарного образования этот текст представляет собой не академическую статью, а, скорее, - эссе автора, у которого почти 40 лет научно-педагогического стажа, который работал во многих вузах Санкт-Петербурга, включая СПбГУ и РГПУ, и который был свидетелем и «ваковским» «рабочим профессором», выполняющим основные задачи всех происходящих реформ гуманитарного образования.

Известно, что управление связано с процессом целенаправленного воздействия людей, элиты на общественную систему или на ее отдельные звенья (в нашем случае – на систему высшего образования) на основе познания и использования объективных закономерностей и прогрессивных тенденций общества, социальных институтов в интересах обеспечения их эффективного функционирования и развития. Управляемость – это способность системы, в нашем случае – высшего образования – определенным образом в заданном направлении и временных границах реагировать на

управленческое воздействие. Наиболее адекватным критерием изменения управления является осуществимость управленческих решений [См.: 1].

Философия, антропология и аксиология образования всегда были связаны с интерпретацией жизненного смысла и важнейших целей-ценностей (в терминологии М.Рокича – терминальных, стратегических ценностей) человека. Это предопределяло в каждый период осмысление не только задач, парадигм, моделей, аксиологии и технологий образования, но и содержания изменяющихся историко-культурных моделей педагогики: естественной, эзотерической, эгалитарной, элитарной, непрерывного образования и др. По мнению Т.Парсонса, образование обеспечивает воспроизводство социума как метасистемы и отдельных его подсистем именно через процессы трансляции смыслов, норм и ценностей культуры. В конкретном социокультурном контексте исторически изменялись аксиологические модели образования, что - так или иначе - было связано с представлениями элит, политического класса о его сущности, моделях, целях и ценностях [2].

После распада СССР в 1990-е гг. во всех типах вузов после обсуждения экспертами утвердилась система пятилетней фундаментальной гуманитарной подготовки будущего специалиста, включавшая иностранный язык и изучение важнейших социогуманитарных дисциплин: философии, социологии, политологии, экономики, психологии, чуть позже – культурологии, конфликтологии, что позволило студентам получать всесторонние знания по истории мировой социальной и гуманитарной мысли [См.:3]. Мотивацию к учебе стимулировала имевшаяся система распределения после окончания вуза, повышенная стипендии, участие в конкурсах и олимпиадах, получение бесплатных путевок в летние лагеря и др., что было продолжено как позитивные традиции советского образования.

Эта система обучения утверждалась несколько лет, имелись и преодолевались трудности из-за отсутствия программ, стандартов и учебников, но она оправдала себя: студенты смогли приобщиться к альтернативным господствующей идеологии тенденциям развития мировой науки и культуры. Эта утвердившаяся система, освоенная преподавателями, и успешно просуществовавшая до начала 2000-х гг., сменила «священную четверицу»: марксистско-ленинскую философию, политическую экономию, научный коммунизм, историю КПСС, преподаваемых как общественные дисциплины в СССР, что определялось необходимостью в условиях господства единой идеологии готовить преданных социализму и коммунизму граждан. Так или иначе вузы в те периоды решали важнейшие задачи, по выражению Х. Ортега-и-Гассета, - задачи «миссии университета»: передачу культуры; обучение интеллектуальным профессиям; научные исследования.

Подписание Болонской декларации в 1999 г. и присоединение РФ к Болонскому процессу стала новой политикой государства в реформировании системы образования, которая предполагала расширение возможностей поступления студентов из провинций в ведущие вузы через ЕГЭ, введение вместо специалитета многоуровневую структуру высшей школы (бакалавриат, магистратура) компетентностную парадигму, смысл которой предполагал овладение каждым студентом прописанных в ФГОСТ ВПО

огромного количества компетенций и, тем самым, - совершенствование качества образования. Однако система ЕГЭ не стала транспарентной, преподаватели погрязли в постоянной чисто процедурной «переделке» программ и методичек, которые никто – ни студенты, ни преподаватели – не читают. С начала 2000-х гг. во многих вузах отдельно либо при уже имеющихся кафедрах политологии, социологии (в Санкт-Петербурге в середине 2000-х гг. было более 20 таких кафедр) открылись и стали функционировать кафедры связей с общественностью и рекламы, что потребовало от преподавателей подготовки десятков новых коммуникативных курсов, что, конечно, не оплачивалось, а входило во «внеучебную» структуру нагрузки. Базовые дисциплины по новым ФГОСТ ВПО все более сокращались, а более частные, практические – увеличивались. Преподаватели с учеными степенями при малой оплате творческого интеллектуального труда превратились в «новый бедный класс» и вынуждены были в 1990-2000-е гг. искать приработки в двух, а то – и в трех вузах на 0-5,-0,25 ставки, почасово.

С середины 2000-х гг. начались «волны» «оптимизации», т.е. сокращения бюджетных мест, преподавателей и целых кафедр, практическое утверждение платного образования.

Федеральный закон «Об образовании РФ» 2012 г. фактически устранил государство из числа субъектов образовательной деятельности. Так, по результатам экспертного опроса (опрошены 309 человек в 25 регионах РФ в середине 2000-х гг; эти данные практически не изменились и сегодня), следующие проблемы реформы высшего образования вызвали наибольшее неприятие экспертов: коммерциализация высшей школы, расширение платных услуг в вузах (58%); вхождение России в Болонский процесс без достаточной подготовки (43%); формализация оценки качества образования в процессе проведения эксперимента с ЕГЭ (в 2010-2011 гг. – до 60%); ограниченность мер по совершенствованию, развитию в вузах России программ воспитания (29%); процесс объединения государственных вузов, сокращение их количества (23%); слабая ориентация на возрождение национальной школы, ее роли в обеспечении качества высшего образования (21%). В образовательной практике российских гуманитарных вузов со второй половины 1990-х гг., когда только утвердилась модель классического гуманитарного образования, нарастал кризис аксиологии образования, связанный с *отторжением гуманитарного дискурса, с коммерциализацией образования, с бюрократизацией гуманитарной сферы, с депрофессионализацией управления гуманитарными институтами, с ориентацией общества на бизнес-ценности*. Сегодня студенты поступают в вуз, в основном, для получения «полезных знаний» (useful knowledge), которые эффективно и быстро обеспечивают доступ к источникам капитала. Во всех типах вузов сокращается преподавание социогуманитарных дисциплин - социологии, политологии, социальной антропологии, психологии, культурологии [4]. С середины 2000-х гг. изменились формулировки и сам смысл такого инструмента качества образования, как рейтинговая система: введены такие показатели, как количество иностранных студентов,

обучающихся на контрактной основе; снят критерий «числа студентов и аспирантов, находящихся в зарубежных командировках»; добавлены показатели количества диссертаций, защищенных в ученом совете данного вуза; использование литературы под грифом Министерства и др.; игнорируются приоритетные критерии привязки вузов к рыночным условиям и процессам интернационализации. Все эти (и другие) нововведения отражают бюрократический подход и слабо связаны с переменами в стране и в мире [5]. Сокращается количество «ваковских» и «ринцевских» журналов, из публикаций учитываются прежде всего «скоповские издания, индексы цитирования публикаций на иностранных языках, практически все публикации стали давно платными, что негативно сказывается на желании поступать в аспирантуру, а в некоторых вузах – даже на возможность переизбрания по конкурсу квалифицированных преподавателей.

Напомним, что важнейшими «константными» функциями образования были и остаются: передача накопленных знаний; обеспечение преемственности социального опыта (трансляция норм, нравственных ценностей, приемов мастерства, эстетических вкусов, обучения и воспитания); усвоение ценностей господствующей культуры; раскрытие и развитие способностей личности; социализация личности; содействие продвижению индивидов, социальные «лифты» в соответствии с полученными образованием и квалификацией и др.

Однако эти основные функции высшего образования находятся в противоречии со смыслом ответов записанных рассказов университетских преподавателей Санкт-Петербурга (были опрошены преподаватели в возрасте от 28 до 87 лет, большинство из которых – специалисты в области гуманитарных наук): в большинстве рассказов высшее образование оценивается с использованием таких метафор, как: «умирает», «в конвульсиях», «на грани распада», «загнивает». «Вектор» времени в этих рассказах направлен на настоящее и на прошлое – без обсуждения будущего. В целом в преподавательских нарративах о высшей школе выявляются речевые конструкты, соответствующие *кризисному мышлению* [6].

Рассматривая *управляемость* коммуникационным пространством вуза, отметим, что коммуникации в системе высшего образования выступают не только как процесс *обмена информацией*, но и как процесс *создания* общего культурного коммуникационного пространства, общей картины мира его субъектов. При этом научные и образовательные стандарты образуют *рациональную* составляющую коммуникационного пространства, в то время, как *иррациональное* в этом пространстве транслируется повседневностью, обыденным опытом, современными массовыми коммуникациями, СМК и СМИ, и прежде всего – телевидением и глобальной информационной сетью.

Что касается *рациональной* составляющей коммуникационного пространства, то, как уже отмечалось, государство практически устраняется из числа главных субъектов образовательной деятельности, а Министерство образования сводит требования его реформы к формально-процедурным положениям.

По мнению доцента кафедры истории и политики стран Европы и Америки МГИМО (У) МИД *Ольги Четвериковой*, которое было высказано ею журналисту *А. Чуйкову*, сегодня происходит окончательный демонтаж российского суверенитета образования, а в целом – российского суверенитета. Переломным моментом реформирования образования стал 2010 год, когда по закону № 83-ФЗ началась *коммерциализация бюджетных учреждений*, а по закону №210-ФЗ образование (и здравоохранение) из государственной обязанности стали *сферой услуг*. О.Четверикова отмечает, что в России уже разработаны программы по отмене бюджетного системного высшего и среднего образования. Это *«форсайт-проект»* (от англ. foresight – «предвидение») *«Образование-30»*, разработанный при участии Московской школы управления «Сколково», Агентства стратегических инициатив (АСИ), НИУ «Высшая школа экономики», Сколтеха. Из него вышел проект *«Глобальное будущее образование»*, представленный в сентябре 2015г. Конечная цель этого проекта – ликвидация к 2030 году национальных традиционных моделей образовательных систем и переход на глобальные образовательные платформы («Университет для миллиарда»). При этом ближайшая намеченная цель на 2017-2022 годы – уход государства из сферы образования, за исключением административных функций, и приход в него «инновационного бизнеса», который вместо госзадания будет готовить кадры по своим программам и по своему усмотрению [7].

Для характеристики *иррациональной* составляющей в коммуникационном пространстве вуза, связанной с изменениями социокультурной реальности, в связи с повседневным использованием СМК и СМИ, быстрым развитием социальных медиа, обратимся к идеям французского ученого *Абраама А. Моля*, высказанных им еще в 1970-е гг. По справедливому мнению А.Моля, в наше время *«знания формируются в основном не системой образования, а средствами массовой коммуникации»*, которые создаются при этом естественными для них – или ими безоговорочно принимаемыми – готовыми системами ценностей. Под влиянием СМК происходит процесс превращения традиционной «гуманитарной» культуры в культуру *«мозаичную»*, которая уже не является продуктом университетского образования. А.Моль характеризует мозаичную культуру следующим образом: «в наше время фактура «экрана знаний» в корне иная; можно сказать, что он все больше становится похож на *волоконистое образование*: знания складываются из разрозненных обрывков, связанных простыми, чисто случайными отношениями близости по времени усвоения, по созвучию или ассоциации идей. Эти обрывки не образуют структуры, но они обладают *силой сцепления*, которая не хуже старых логических связей придает «экрану знаний» определенную плотность, компактность, не меньшую, чем у «тканеобразного» экрана гуманитарного образования. Мы будем называть эту культуру *«мозаичной»*, потому, что она представляется по сути своей случайной, сложенной из множества *соприкасающихся*, но не образующих конструкций фрагментов, где нет точек отсчета, нет ни одного подлинно общего понятия, но зато много понятий, обладающих большой весомостью (опорные идеи, ключевые слова и т. п.) [8].

Эти реформы высшего образования в России совпали с появлением всех признаков потребительского общества, быстрым внедрением ИКТ во все социальные институты и процессы, усиление интереса студентов к социальным сетям. По выражению американского философа *Фредрика Джеймисона*, «логика культуры позднего капитализма – постмодернизм», возникновение которого тесно связано с появлением этого нового момента позднего, *консьюмеристского, или транснационального капитализма*. Его культурная парадигма характеризуется отсутствием глубины в культуре, фундаментальной мутацией самого предметного мира, ставшего набором текстов или симулякров. Самым опасным в постмодернизме есть стирание ключевых связей или различий, эрозия различия между высокой и массовой, или поп – культурой, ослабление историчности как в нашем отношении к общественной Истории, так и в новых формах индивидуальной темпоральности; новые виды базисных эмоциональных состояний – «интенсивностей». По его мнению, в теоретическом дискурсе отвергаются такие глубинные модели, как модель сущности и явления, экзистенциальная модель подлинности и неподлинности, фундаментальная семиотическая оппозиция означающего и означаемого [9]. СМК и СМК являются частью массовой культуры, контент которой обращен прежде всего к чувствам, эмоциям, подсознанию читателя и зрителя. В ИКТ все больше используются не только *допустимый* – т.е. идентифицирующий достоверность смысла контент сообщений, а также его источник, но и «фейки» и *девиантные, манипулятивные технологии*. Студенты постоянно находятся под влиянием скрытого дискурса рекламы – консьюмеризма. Рекламируются не потребительские свойства конкретного товара или услуги, а стиль жизни. Реклама как бы конструирует личностную идентичность, используя слоган: «ведь я этого достойна!».

Польская исследовательница, социолог *Штон-Рутковска Катажина* –связывает *киберпамять* с новыми медиа и определяет киберпамять как содержание, представляющее тему прошлого: события, места, предметы и людей (как героев, так и антигероев), а также способы сохранения этого прошлого в памяти и специфические культурные практики, связанные с процессом коммуникации посредством новых медиа. Новые медиа она определяет, как услуги, заключающиеся в доступе к содержанию в любое время, в произвольном месте и на произвольном цифровом устройстве, а также как интерактивные мнения и отзывы пользователей и их творческое участие и создание сообщества вокруг мультимедиального контента и потребления медиа-контента [10]. Зачастую не имеющие знаний по истории России получают через Интернет постоянное искажение исторической памяти (Печальный пример – современное национальное самосознание значительной части украинской молодежи, не только участвующей в боевых отрядах). В этом плане *Ганс Кёхлер*, австрийский профессор и президент Международной ассоциацией за прогресс, подчеркивает тот факт, что «интернет-свобода» в эпоху глобализации приводит к появлению некоторых опасных черт «виртуальной общности», «*виртуальной толпы*», или «цифровой толпы», схожих с описанными еще в 1895 г. *Г.Лебоном* такими психологическими чертами масс, как анонимность, импульсивность, податливость к

внушениям, легковерие, управляемость сознанием и поведением в интересах групп, «эффект снежного кома» и др. На этом построены и сети, призывающие к организованным формам несанкционированного протеста молодежи [11].

В результате система смыслов, целей, ценностей российских студентов, которые большую часть свободного времени проводят в Интернете и в сетях, становится весьма противоречивой сферой, которая сегодня практически не управляется. Предлагаемая и уже внедряемая в вузы система дистанционного онлайн образования, на наш взгляд, приведет к самым негативным последствиям процесса обучения. Напомним, что уже «классики» коммуникативных наук итальянский семиотик *Умберто Эко* и канадский исследователь истории средств массовой коммуникации *Герберт Маршал Маклюэн* отмечали, что бегущая строка (компьютер) тормозят некоторые технологии работы с сознанием, его когнитивные функции; происходит «перекос право - и левополушарного мышления. Современный философ Ф.И.Гиренок ввел понятие «клип-сознание» как сознание, извлекающее абсурдность (а не логику) события, обращение не к опыту, а к воображению, быстрый монтаж, языковой минимализм, сознание вне времени [12]. Современные студены (большинство) практически не посещают библиотеки, не читают научную литературу, не пишут курсовые, что дает навыки работы с научной литературой и написания диплома (что тоже – странное решение реформы образования), не ведут конспекты. Даже координаты преподавателей и расписание занятий они фотографируют на смартфоны! Что же будет, если живое общение с преподавателями заменит дистанционное онлайн образование? Можно вспомнить, что при этом студентам постоянно предлагают креативные формы обучения и образования: квесты, фестивали профессии, экологические мероприятия, спортивные мероприятия, посещение новых музеев, даже высадку на Северном полюсе... Зачастую ими заполняют количество участников или пространство того или иного мероприятия. Остается ли при этом у студентов, особенно – младших курсов – возможность остановиться и осмыслить: чего хотят они сами?

На фоне всего описанного вспомним задачи педагогической антропологии, истоки которой уходят в историю русской философии и имеет гуманитарные традиции – от Г.Сковороды - до В.В.Зеньковского. Это творчество Г.Сковороды (мотив самопознания), Н.И.Новикова (необходимость физического, «разумного» и «нравственного воспитания сердца и духа»), А.Н.Радищева (бессмертие души человека), славянофилов (необходимость патриотического воспитания), Н.И.Пирогова (идея воспитания уже ребенка, в ходе которого решается вопрос о смысле жизни). Особое значение К.Д.Ушинский придавал гуманитарному образованию (humanoga), П.Д.Юркевич – воспитанию доброты. Так или иначе, теоретики отечественной педагогической антропологии предполагали деятельность как смысл человеческого существования. Деятельности, или труда, требует тело, сердце и ум человека [13].

Полагаем, что практики реформы высшей школы, даже педагогических вузов, в некоторых из которых читается курс педагогической антропологии, эти (и другие) цели, идеи и ценности русской педагогической антропологии не могут быть реализованы.

Литература:

1. Новейший социологический словарь /Сост. А.А.Грицанов, В.Л.Абушенко и др. Минск: Книжный Дом, 2010, с. 1144,1145.
2. Гнатюк О.Л. Модели, аксиосфера и технологии высшего образования в современной России //Аксиосфера современности: философско-эстетический анализ и нравственное обоснование социокультурных практик. Коллективная монография. – СПб.: Астерион, 2013, с. 161, 162.
3. Васильчук Ю.А. Культура и свобода совести, правосознание и достоинство гражданина (Концепция гуманитарного образования в вузах России) // Полис. 1992. № 3.
4. Гнатюк О.Л. Проблемы гуманизации моделей, ценностей и технологий высшего образования в современной России // Россия и мир. Гуманитарные проблемы: межвузовский сборник научных трудов. – СПб.: СШУВК, 2012, с. 105-106.
5. Латыпов Р.А. Интернационализация: вызов и шанс для провинциального вуза // Полис, 2004, №3, с.162-163.
6. Гнатюк О.Л. Модели, аксиосфера и технологии высшего образования в современной России //Аксиосфера современности: философско-эстетический анализ и нравственное обоснование социокультурных практик. Коллективная монография. – СПб.: Астерион, 2013, с. 173.
7. Гнатюк О.Л. Проблема управляемости коммуникационного пространства вуза в современной России //Государственное управление и развитие России: модели и проекты. Сборник статей. Т.Ш. М.: Проспект, РАНХиГС, 2017, с. 25.
8. Моль А. Социодинамика культуры /Пер. с фр. Вступит. статья, редактирование, примечания Б.В.Бирюкова. М.: Прогресс, 1973, с. 9, 45,120.
9. Джеймисон Ф. Постмодернизм и общество потребления // Логос, 2000, № 4, с. 64, 75.
10. Штоп-Рутковская К. Киберпамять, или о чем мы (не) помним в сети. Анализ локальной памяти: Белосток и Люблин // СОЦИС, 2015, №4, с. 132-133.
11. Кёхлер Г. Новые социальные медиа: шанс или препятствие для диалога? // Полис, 2013, №4, с.75-79.
12. Гиренок Ф.И. Сознание: от понятия к клипу// Феномен коммуникации в познании и творчестве жизни //СПб.: Изд-в политехнического ун-та, 2014, с. 20, 23.
13. Емельянов Б.В. Русская философия как человековедение: избранное. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2014, с. 139, 141, 143, 148-149, 150, 158, 170.

УДК 1:[378:004], ББК 74.48с

О.Н. Малахова
Olga Malakhova, olgamikhv19@gmail.com

Цифровизация образования как антропологический вызов Digitalization of education as an anthropological challenge

*ФГБОУ ВО Ижевская ГСХА
Izhevskaya State Agriculture Academy*

В статье поднимается вопрос о современной ситуации в образовании – цифровизации, она трактуется как антропологический вызов. Делается вывод, что это закономерный этап в развитии образовательной системы. Он, однако, актуализирует вопрос перспектив развития человека как в высшей степени сложной нейродинамической системы, способной мыслить и творить.

Ключевые слова: образование, цифровизация, антропологический вызов, мышление, творчество, нейродинамические системы

The article is dedicated to the issue of modern education that can be called digitalization; it is considered as anthropological challenge. To the author opinion, the process of digitalization of education is a logical process in developing of system of education, but it actualizes some scientific issues. One of these questions is what kind of perspective of human developing as very complex neurodynamic system that can think and create.

Key words: education, digitalization, anthropological challenge, thinking, creation, neurodynamic system.

Известный государственный проект «Современная цифровая образовательная среда в Российской Федерации», утвержденный Правительством Российской Федерации в рамках реализации государственной программы «Развитие образования»

на 2013–2020 годы и стартовавший в 2016 году, а также его внедрение стало поводом для создания коммуникативного пространства, в котором представители общества, бизнеса, образования и власти обсуждают связанные с этим многочисленные вопросы и проблемы [1;2;3].

Согласно проекту, предполагается «модернизировать систему образования и профессиональной подготовки, привести образовательные программы в соответствие с нуждами цифровой экономики, широко внедрить цифровые инструменты учебной деятельности и целостно включить их в информационную среду, обеспечить возможность обучения граждан по индивидуальному учебному плану в течение всей жизни - в любое время и в любом месте» [4]. Однако, при реализации проекта «на местах» возникают преткновения. Как правило, это касается вопросов технического обеспечения учебных заведений, образовательного менеджмента, переподготовки педагогических кадров и др.

Как показывает опыт, перечисленные проблемы решаются быстро, но открытым остается самый, на наш взгляд, ключевой вопрос, а именно: каковы перспективы развития человека как Человека – творческого, мыслящего, архисложного и в смысле протекания нейродинамических процессов живого существа, вовлеченного в структуры «цифрового» образования и есть ли они вообще. В таком контексте осмысления вопроса процесс цифровизации образования из плоскости позитивного его восприятия как некоего закономерного этапа в развитии человеческой культуры переходит в плоскость как минимум настороженного, как некоего цивилизационного «антропологического вызова». В этом смысле справедливо, на наш взгляд, утверждает профессор Черниговская Т.В. относительно современной цивилизационной ситуации: «мы попали в другой тип цивилизации. Это не все еще осознали, но это дела не меняет, потому что мы в нём уже находимся. Уже есть дети, которые родились в цифровую эпоху, и это другие дети. Уже есть мир, который регулируется совсем не так, как раньше, и нам надо понять, как в нём жить... Дело в том, что это нестабильный мир, который меняется каждую секунду, и я не уверена, что мы еще имеем контроль над ним» [5]. Тем не менее, есть надежда, что на такой антропологический вызов найдется ответ.

Действительно, живой человеческий ум мыслящих и активных участников образовательного и научного сообщества не перестает «быть»: он «выдает» ответы. Среди них - предложение развивать «образование, ориентированное на понимание», когда учат т.н. «метанавыкам»: как справляться со стрессом, потоком информации, жизни в режиме многозадачности и др. [6]. Предлагается также активнее внедрять теорию решения изобретательных задач – ТРИЗ-педагогику, а также проектную созидательную творческую деятельность, реализующую креативные способности учащихся, обучение в игре (в том числе в высшей школе), индивидуальные образовательные траектории обучающихся и т.д. [7; 8]. Иными словами, речь идет об активном развитии таких форматов учения, в рамках которых человек учится жить в новом культурном – цифровом – пространстве, максимально раскрывая в себе всевозможный потенциал и способности, свойственные только человеку как

наисложнейшей нейродинамической системе, но не мертвой технике. Речь идет о функционировании и развитии функций мозга человека прежде всего. Но тогда возникает вопрос организации системы такого образования.

Следует отметить, что в научном сообществе тема системы цифрового образования достаточно изучена и представлена [9]. Мы полагаем, однако, что это т.н. «системный» элемент сложной системы образования. Он включает в себя весь спектр современных и активно внедряемых цифровых технологий. Второй элемент системы цифровизованного образования, о котором говорится чуть меньше - «динамический», он включает весь спектр «живых» непосредственных образовательных коммуникаций.

Иными словами, системно-динамическая организация современного образования неизбежно предполагает работу с цифровыми технологиями. Это требует определенных навыков, но высвобождает время учащихся и содействующая сохранению энергии для решения иных, напрямую связанных с развитием психических функций задач. То есть создается ситуация учения, в которой учащийся вовлекается в решение задач с т.н. избыточными или недостаточными условиями (или творческие задачи), например, как в русских народных сказках: «пойди туда, не знаю куда, сделай то, не знаю что». Они требуют от человека повышенной нейропсихической активности и содействие педагога. Нам представляется что об образовании в ситуации его цифровизации можно и нужно говорить в терминах психологии развития человека Л.С.Выготского [10].

Действительно, системный элемент образования определенно коррелирует с понятием «актуальная зона развития» человека - зона, доступная для самостоятельной учебной деятельности), а динамическая – с понятием «зона ближайшего развития». Последняя включает спектр учебных работ, с которыми учащийся не может справиться самостоятельно, она предполагает совместную с педагогом коммуникацию, в ходе которой актуализируются проявление и развитие высших психических функций человека [11].

Можно сказать, что, рассматривая процесс цифровизации образования в такой перспективе, сохраняется культурологическая и научная преемственность развития идей обучения, развития и воспитания человека - развивающего обучения. Это также позволяет дать оптимистичный антропологический прогноз перспектив развития человека в структурах модернизирующегося образования.

Литература:

1. Марей А. Цифровизация как изменение парадигмы [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.bcg.com/ru-ru/about/bcg-review/digitalization.aspx> (дата обращения: 15.12.2018).
2. Информатизация образования [Электронный ресурс] // Российская педагогическая энциклопедия. - Режим доступа: <https://pedagogicheskaya.academic.ru/1241/> (дата обращения: 15.12.2018).
3. Главный тренд российского образования – цифровизация. – Учительская газета. 2018. №04 от 23 января. - Режим доступа: <http://www.ug.ru/article/1029> (дата обращения: 25.12.2018).
4. Приоритетный проект в области образования «Современная цифровая образовательная среда в Российской Федерации» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://neorusedu.ru/about> (дата обращения: 15.12.2018). С.121
5. Черниговская, Т.В. Цивилизация праздности – вот что нас ждет [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://regnum.ru/news/2524461/html/> (дата обращения: 25.12.2018).

6. Черниговская, Т.В. Нужно переходить к образованию понимания. - Режим доступа: <http://eawfpress.ru/press-tsentr/news/nauka/tatyana-chernigovskaya-nuzhno-perekhodit-k-obrazovaniyu-ponimaniya/> (дата обращения: 25.12.2018).
7. Гин, А.А. ТРИЗ-педагогика. М: ЛитРес, 2015.
8. Малахова, О.Н., Жученко, О.А. Мониторинг психических состояний студентов в условиях дистанционной и аудиторной образовательной коммуникации // Педагогика и психология открытого дистанционного образования. Томский гос.ун-т. 2017. №4(68). С.10.
9. Никулина, Т.В., Стариченко Е.Б. Информатизация и цифровизация образования: понятия, технологии, управление // Педагогическое образование в России. 2018. № 8. С.110.
10. Выготский Л.С. В 92 Психология развития человека. М.: Изд-во Смысл; Изд-во Эксмо, 2005. 1136 с.
11. Зарецкий В. К. Зона ближайшего развития: о чем не успел написать Выготский // Культурно-историческая психология. 2007. №3. С. 96-104.

УДК 316.277.4, ББК 60.5

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

"Жизненный мир" российских социально-гуманитарных наук и ответ на современные вызовы: феноменологический подход
"The lifeworld" of Russian social-humanitarian sciences and the response to the present challenges: the phenomenological approach

МГИМО (У) МИД России
MGIMO-University

В данной статье проводится оригинальный анализ вызовов, стоящих перед российскими социально-гуманитарными науками. Этому служит оригинальная феноменологическая методология, понятия "жизненного мира", домашней группы и т.д. К социально-гуманитарным наукам применяется стандартизация, рискующая разрушить их жизненный мир. Полноценный диалог государства и научной общественности - ответ на вызовы, возникшие в современной науке.

Ключевые слова: социально-гуманитарные науки, стандартизация, феноменология, жизненный мир, домашняя группа

This article provides an original analysis of the challenges facing Russian social-humanitarian sciences. This is served by the original phenomenological methodology, the concepts of the "lifeworld", the home group, etc. Standardization is applied to the social-humanitarian sciences, risking the destruction of their lifeworld. A full-value dialogue between the state and the scientific community is a response to the challenges that have emerged in modern science.

Keywords: social-humanitarian sciences, standardization, phenomenology, the lifeworld, the home group

В текущий момент, российские социально-гуманитарные науки переживают ряд серьёзных вызовов: вхождение в зарубежные базы цитирования Scopus и Web of science, следующие из этого новые стандарты программ написания статей и их содержания, применение количественных показателей к успеваемости учёных и др.

Но, представляется, что цели, которые ставятся перед социально-гуманитарными науками, сами вступают в острое противоречие с изначальной природой этих наук, их исконным "жизненным миром". Проблема заключается в том, что чаще всего социально-гуманитарные науки пытаются подвести под формальные стандарты, принятые в математико-естественных науках.

Так, следуя феноменологическому подходу, мы полагаем, что у каждой сферы человеческой деятельности есть свой, уникальный жизненный мир, нарушение которого может привести к разрушению социальной сферы в целом или к её

необратимой трансформации. Жизненный мир социальной сферы, например, философии, включает в себя привычные нормы и ценности, способы действия людей, осуществляющих эту деятельность. Жизненный мир интерсубъективно объединённой социальной группы граждан представляет собой совокупность первичных, непосредственных представлений людей о себе, окружающем мире, не объективно заданных, а субъективных норм, ценностей, религиозных предпочтений, сформированных в повседневном жизненном опыте. Сквозь эту "призму" ценностей жизненного мира человек воспринимает действительность, нормы и ценности не зависят от «научных констатаций» [1: 176].

Жизненный мир социально-гуманитарных наук изначально был оригинален и отличался от жизненного мира математически-естественных наук. Если говорить отдельно о философии, то для неё в разные времена несомненно были характерны: большая роль автора, по сравнению с математико-естественными науками; интерпретируемость текстов, а не однозначное прочтение точно-фактического материала; всеобщий дискурс работ вне времени, а не обсуждение только текущих, наиболее современных работ и т.д.

Также согласно феноменологическому подходу А. Шюца, для всех социальных сфер свойственна её "домашняя группа" - реальная первичная группа, со свойственными для неё практиками взаимоотношений между людьми, наиболее привычными способами взаимодействия. Например, домашнюю группу семьи могут формировать песни, которые в детстве пела мать, домашнюю группу научных объединений - привычные правила совместной работы и т.д. Необходимо отметить, что домашние группы социально-гуманитарных научных коллективов очень серьёзно отличаются от домашних групп математико-естественных ассоциаций. Таким образом, применение единой стандартизации к работе социально-гуманитарных коллективов может привести к разрушению их домашних групп и жизненного мира.

Предотвратить это возможно, только если прислушаться не только к решениям администрации, а к самим социально-гуманитарным научным коллективам, посмотреть на ситуацию "их глазами". этому может послужить делиберативная процедура обсуждений, предложенная Ю. Хабермасом:

1. Все граждане имеют право открыть дискурс по проблемным общественным вопросам и продолжить обсуждение.

2. Граждане - участники дискурса имеют равные возможности представить свои предложения, точки зрения, аргументировать их или критиковать другие.

3. Участники дискурса честны перед своим «внутренним миром», в отношении «своих установок, чувств и намерений» [2: 91].

4. На точки зрения граждан и процедуру дискурса не влияют «внешние принуждения» реальности: социальное положение, материальные возможности и влияние граждан, имеет силу только значение аргумента.

5. Общественное мнение находит выход в результативном, рациональном, позитивном действии, даже если оно входит в противоречие с нормами, установленными «господствующей системой властных отношений» [3: 249].

В настоящий момент, с нашей точки зрения, только проведение такого всестороннего обсуждения поможет российским социально-гуманитарным наукам преодолеть разрушающее воздействие на них административной системы и сохранить свой изначальный жизненный мир.

Литература:

1. Гуссерль Э. Кризис европейских наук и трансцендентальная феноменология: введение в феноменологическую философию. – СПб.: Наука, 2013, 494 с.
2. От критической теории к теории коммуникативного действия. Эволюция взглядов Ю. Хабермаса. Тексты (Сост. Алхасова А.Я.) Ульяновск: УлГТУ, 2001, 150 с.
3. *Habermas J.* The structural transformation of the public sphere. An inquiry into a category of bourgeois society. Massachusetts, 1991, 301 p.
4. *Шюц А.* Смысловая структура повседневного мира: очерки по феноменологической социологии. М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2003, 336 с.

УДК 378, ББК 60

В.В. Евсеев

Vladimir V. Evseev, uznik_2001@mail.ru

Цифровая среда в формировании физической культуры студента Digital environment in the formation of the student's physical education

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

Статья посвящена проблемам формирования физической культуры студента в цифровой среде. Отмечаются тенденции к расширению сетевого характера образовательной среды и расширению возможности использования дистанционных технологий.

Ключевые слова: цифровая среда, физическая культура, университет, профессиональное образование.

The article is devoted to the problems of the formation of the student's physical culture in the digital environment. There are tendencies towards expanding the network nature of the educational environment and expanding the possibility of using distance technologies.

Key words: digital environment, physical education, university, professional education.

Цифровая коммуникативная среда становится определяющей платформой масштабных социальных и культурных инноваций и изменений [1]. В этих условиях возникает необходимость поиска новых инструментов и технологий, применимых в сфере вузовского образования. Сейчас посредством Интернет представляется широкий набор средств дистанционного доступа к многочисленным ресурсам, а также интерактивного общения. Адаптация системы образования под современные реалии «подразумевает решение новых задач: превращать необходимую информацию в знание, развивать когнитивные навыки студента, способность работать с огромным массивом информации и производить собственный продукт» [2, с. 135].

В рамках профессионального образования физическая культура является обязательной дисциплиной. Компетенции и навыки использования технологий физической культуры для поддержания уровня человеческого потенциала приобретает особую актуальность в связи с реализацией задачи повышения качества жизни и профессионализации специалиста. 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 [3, с. 121]. Задачей формирования физической культуры в рамках вузовской образовательной среды - формирования знаний ценностного потенциала культуры движений и приобретения практических навыков в регулярном использовании средств и технологий физической культуры. Приобретение знаний существенным образом влияет на повышение физкультурной грамотности и физического и профессионального самосовершенствования. Как раз этот раздел учебного курса может осваиваться максимально с использованием цифровых электронных технологий. Это реализуется благодаря дистанционному обучению. Дистанционные образовательные технологии открывают большие перспективы в получении знаний по объему и качеству в соответствии с требованиями подготовки специалистов в вузах [4]. Обновление учебного процесса вуза в рамках физического воспитания происходит на основе усвоения навыков самоорганизации и реализации индивидуальной траектории собственного физического развития. Формами реализации сетевого формата обучения выступает возможность выбора секционных форм занятий физической культурой и широкое участие студентов в спортивно-массовых мероприятиях разного уровня.

Дистанционные образовательные технологии открывают большие перспективы в получении знаний в сфере физической культуры в соответствии с требованиями современного рынка. Они способствуют повышению самостоятельности студентов, развитию коммуникативной среды, освоению новейших информационных технологий.

Литература:

1. 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. DOI: 10.18721/JHSS.8306
2. 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.
3. 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.
4. Евсеев В.В., Волкова Л.М., Поздеева Е.Г. Физическая культура в самооценках студентов: социологические аспекты анализа // 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. 282-287.

Российская практика академического развития исследователей*
Russian practice of academic development of researchers

Донской государственной технической университет
Don State Technical University

Обобщена отечественная практика академического развития исследователей в условиях глобальной научной коммуникации. Делается вывод, что при подготовке магистров в образовательные программы, наряду с дисциплиной «Академическое письмо», необходимо введение курса, направленного на освоение методов научной коммуникации и прикладной библиометрии.

Ключевые слова: академическое развитие, академическая готовность, научная коммуникация, библиометрия, академическая магистратура

The domestic practice of academic development of researchers in the context of global scientific communication is generalized. It is concluded that in the preparation of masters, along with the course "Academic Writing", it is necessary to introduce a course aimed at mastering the methods of scientific communication and applied bibliometry.

Key words: academic development, academic readiness, academic writing, scientific communication, bibliometry, master's programs, academic magistracy

Международная интеграция сферы научной коммуникации сделала университеты участниками конкурентной борьбы на глобальном рынке. Ключевым элементом в обеспечении конкурентоспособности вузов остаются научно-педагогические работники (НПР), которые должны уметь пользоваться актуальной инструментально-методической базой, динамично встраиваться в международные исследовательские проекты, эффективно использовать инструменты научной коммуникации и библиометрии и т.д. Глобальная конкурентоспособность вузов в значительной мере определяется уровнем академической готовности НПР [1].

Одним из ключевых направлений академического развития исследователя является формирование навыков научной коммуникации [2]. Благодаря активному использованию международных научных БД исследователи способны сделать качественный скачок в своем развитии и добиться лучших результатов НИР. Экспоненциальный рост количества публикаций и развитие ИТ привели к необходимости комплексного охвата и организации растущего потока научной информации.

Наукометрия выступила методологической основой для развития инструментальных средств – библиометрических баз данных компаний Clarivate Analytics, Elsevier и др., что позволило в некоторой степени решить задачи оценки, анализа и отбора актуальных научных публикаций.

Библиометрические БД (ИАС) стали необходимым инструментом для академического развития, что делает безальтернативной необходимость формирования у исследователей навыков их использования.

Отметим, что ряд научно-образовательных и издательских организаций (МГУ, ВШЭ, НЭИКОН и др.) имеют релевантные образовательные практики в части академического развития, которые реализуются в следующих формах: программы

* Работа выполнена при финансовой поддержке Благотворительного фонда Владимира Потанина, проект ID GK19000020.

повышения квалификации (напр., программы НФПК для молодых ученых и НПР); научные семинары для обучающихся в магистратуре (напр., МГУ); программа формирования кадрового резерва (реализуется во многих российских вуза); подготовка профильных периодических изданий (напр., бюллетень «Окна роста»); центры академического письма (напр., ВШЭ).

Таким образом, наряду с вузами отдельными аспектами академического развития занимаются и другие организации. Например, компания Clarivate Analytics регулярно проводит циклы онлайн-семинаров на русском языке по всем основным продуктам и сервисам (Web of Science, InCites и т.д.). УКЦ НЭИКОН и УКЦ «Академия АНРИ» также на занимаются повышением квалификации в области научной коммуникации и прикладной библиометрии, однако основная целевая аудитория этих структур - библиотекари и редакторы научных журналов, также и НПР.

НФПК в 2014-2019 гг. реализовывал проект «Развитие научной коммуникации в академической сфере», в рамках которого специалисты НФПК проводят курсы повышения квалификации НПР в регионах.

Среди имеющихся форматов академического развития не хватает регулярных магистерских курсов, которые могли бы быть включены в образовательные программы разных направлений подготовки.

Таким образом, является актуальной задача разработки и внедрения прикладных междисциплинарных курсов магистратуры, направленных на формирование у молодых исследователей практических навыков НИР.

Отметим, что можно считать устоявшейся практикой, когда вопросы академического письма изучаются в рамках отдельной дисциплины [3]. Представляется актуальным и возможным методически обособить в отдельную дисциплину «Академическое развитие исследователей» задачи по формированию навыков научной коммуникации и прикладного библиометрического анализа.

Литература:

1. Dill D. D., Soo M. Academic quality, league tables, and public policy: A cross-national analysis of university ranking systems //Higher education. 2005. Vol. 49. №. 4. pp. 495-533. DOI: <https://doi.org/10.1007/s10734-004-1746-8>.
2. Короткина И.Б. Академическая грамотность и методы глобальной научной коммуникации // Научный редактор и издатель. 2017. №2(1).
3. Biber D., Gray B. Challenging stereotypes about academic writing: Complexity, elaboration, explicitness //Journal of English for Academic Purposes. 2010. Vol. 9. № 1. pp. 2-20.

Нейрокоммуникации в образовании: возможности и перспективы **Neuro-communications for education: trends and opportunities**

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

Индивидуализация образовательного процесса, учет психофизиологических особенностей и потребностей обучающегося, развитие высокотехнологичной педагогики, основанной на онлайн-образовании, виртуальной реальности, нейрообразовании и когнитивной психологии («педагогика Нейронета») становятся доступными благодаря нейрокоммуникациям.

Ключевые слова: индивидуализация образовательного процесса, нейрообразование, нейрокоммуникации

“Student-centered” education, based on educational material honing to fit in the learners’ requirements, and the high-tech and network pedagogy built on the online education, neuro-education and cognitive psychology (“pedagogy of NeuroWeb”) are the new opportunities made available through neuro-communications. Neuro-communications influence on the possibilities to examine and analyze the impact of learning process organization on the students’ cognitive and emotional parameters as a measuring for human capital improvement.

Keywords: “Student-centered” education, neuro-education, neuro-communications

Новая парадигма образования как процесса производства и передачи знаний ориентирована на изучение перцептивных и когнитивных процессов личности [1].

«Технологии ближнего горизонта» и образовательные когнитивные технологии создают следующие условия для возникновения новой коммуникационной среды в сфере образования:

1. *Нейроинтерфейсы* - устройства, напрямую связывающие нервную систему с техническими устройствами (магнитно-резонансная томография, магнитоэнцефалография и электроэнцефалография). Использование нейроинтерфейсов в сфере образования возможно как в области исследования параметров образовательного процесса, получении объективной обратной связи о результатах обучения, так и в формировании новой модели образовательного процесса.

2. *Биологическая обратная связь (БОС)* – устройства, предоставляющие информацию о текущем состоянии тела и психики учащегося, позволяют создавать образовательные продукты, связанные с обучением так называемым ресурсным состоянием (высокой сосредоточенности, расслабленности, мобилизованности и др.).

3. *Развитие новой коммуникационной среды – нейронета*. Нейронет основан на использовании данных о физиологических параметрах человека, активности его мозга (человек - человек, человек - машина) с помощью новых нейрокомпьютерных интерфейсов [2].

Основные направления использования нейрокоммуникаций в образовании могут быть следующими:

1. Игровые симуляторы для обучения и работы. Данная технология наиболее популярна в настоящее время у вузов и крупных компаний, когда наряду с широким использованием кейсов, тренингов и деловых игр начинает использоваться геймификация.

2. Создание протоколов коллективной деятельности. Такие методы повышения

групповой эффективности, как «Саммит позитивных перемен» (Appreciative Inquiry Summit), «Технология открытого пространства» (Open Space Technology) и др. ставят своей главной задачей формирование единого коллективного видения относительно внутренней и внешней стратегии предприятия.

3. Виртуальная реальность. Lifelike – совместный проект Университета Центральной Флориды и Университета штата Иллинойс в Чикаго. Проект представляет собой одну из самых интересных попыток виртуального «продления» жизни. В ходе проекта создается виртуальный двойник ученого, который сохранит для молодых поколений не только научный и интеллектуальный опыт ученого, но также и его внешность, мимику, голос, манеру общаться.

Предполагается, что в сегменте «Нейрообразование» мировой рынок технологий к 2035 г. составит 280 млрд. долл. [3].

Литература:

1. Абабкова М.Ю. Когнитивный маркетинг в образовании: новая парадигма в контексте нейроисследований // Вестник Алтайской академии экономики и права. - № 2. – 2019. – 210 с. - С. 5-13.
2. Путина попросили создать в России Web 4.0 // CNEWS. Издание о высоких технологиях. – URL: http://www.cnews.ru/news/top/2016-12-05_putina_poprosili_sozdat_v_rossii_web_40. – (дата обращения: 30.09.2019).
3. Аналитический доклад «Подходы к формированию и запуску новых отраслей промышленности в контексте Национальной технологической инициативы, на примере сферы «Технологии и системы цифровой реальности и перспективные «человеко-компьютерные» интерфейсы (в части нейроэлектроники)». – URL: <http://asi.ru/nti/docs/Doklad.pdf>. – (дата обращения: 30.09.2019).

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

Т.И. Попова, Д.В. Колесова
Tatiana Popova, Daria Kolesova
t.popova@spbu.ru, d.kolesova@spbu.ru

Оценка знаний с помощью взаимопроверки в рамках онлайн-курсов Evaluation of knowledge through peer assessment as part of online courses

*Санкт-Петербургский государственный университет
St. Petersburg University*

В качестве формы проверки знаний учащихся онлайн-курсов рассматривается самооценка. Авторы обращают внимание на форму постановки задачи и на качество формулирования критериев оценки. Анализируются результаты 947 ответов на задания на самооценку и 727 ответов на задания на взаимопроверку. Также было проведено анкетирование слушателей. Показано, что эффективность взаимопроверки зависит от корреляции между условиями постановки задачи и критериями оценки. Авторы рекомендуют строить курс так, чтобы задания на взаимопроверку предшествовали заданиям на самооценку как обучающие.

Ключевые слова: массовые открытые онлайн-курсы, взаимопроверка, эффективность.

Peer assessment is considered as a form of testing students' knowledge of online courses. The authors pay attention to the form of the problem statement and to the quality of the formulation of the evaluation criteria. The results of 947 responses to self-assessment assignments and 727 responses to peer assessment assignments are analyzed. A survey of students was also conducted. It is shown that the effectiveness of mutual verification depends on the correlation between the conditions of the formulation of the problem and the evaluation criteria. The authors recommend constructing the course so that peer assessment tasks are preceded by self-assessment tasks as training.

Keywords: Massive Open Online Courses (MOOCs), peer grading, accuracy

Основная цель массовых онлайн-курсов – дать возможность самому широкому кругу лиц получить нужные им знания и умения без поступления в университет.

Учащиеся сами выбирают, какие курсы им нужны, планируют время занятий, определяют степень своего погружения в материал и могут закончить обучение или не проходить итогового испытания. Таким образом, учащиеся берут на себя гораздо большую ответственность за организацию процесса обучения, чем это принято в традиционном образовании.

Онлайн-курсы имеют свои достоинства и недостатки [1]. Доступность и массовость имеют оборотной стороной отсутствие индивидуального подхода к обучению; преподаватель не может оценить знаний студента [2]. Как следствие - использование взаимопроверки. Студенты проверяют работы друг друга, руководствуясь критериями, предложенными создателями курса. Взаимопроверка не является экспертной оценкой (многие исследователи указывают, что это инструмент обучения, а не оценка [3]), однако есть способы усовершенствовать этот механизм, в основном с точки зрения создания более продвинутого программного обеспечения [4]. Нам же представляется, что эффективность оценивания зависит не только от условий, в которые поставлен студент, но также от того, как сформулировано задание и критерии оценки, важна и последовательность заданий. Материалом исследования послужили задания на самооценку и взаимопроверку онлайн-курса «Язык современной публицистики» («Открытое образование», В.И. Коньков, Т.И. Попова, Д.В. Колесова). Задания на самооценку являются обучающими, они строятся по тому же принципу, что и задания на взаимооценку. Мы использовали выборку из ответов на 45 заданий, которые выполнили слушатели 2017 года: 947 ответов на задания на самооценку и 727 ответов на задания на взаимопроверку. Анализ ответов на задания на самооценку и взаимопроверку показал их соотносимость. Осенью 2019 г. было проведено анкетирование слушателей, которое показало, что они положительно оценивают задания на взаимопроверку благодаря четкости формулирования задания и критериев его оценки [5].

Мы полагаем, что в формулировке задания для взаимопроверки должна быть четкая корреляция между условиями постановки задачи и критериями оценки (вплоть до количественных показателей, например, количества аргументов, количества примеров и т.д.). Кроме того, задания на самооценку должны предшествовать заданиям на взаимопроверку.

Литература:

1. С.А. Золотухин. Преимущества и недостатки массовых открытых онлайн-курсов // Дискуссия. 2015. #4. С.97-101.
2. В.А. Латыпова. Методики проверки работ со сложным результатом в условиях смешанного и дистанционного автоматизированного обучения // Науковедение. 2015. Том 7, #3. DOI: 10.15862/170TVN315.
3. D. Reinholz. The assessment cycle: a model for learning through peer assessment. *Assessment & Evaluation in Higher Education*. 2015. #41 (2). P.301-315.
4. C.García-Martínez, R.Cerezo, M.Bermúdez, C.Romero. Improving essay peer grading accuracy in massive open online courses using personalized weights from student's engagement and performance. *Journal of Computer Assisted Learning*, 2019. # 35 (1), P.110-120.
5. Анкетирование доступно: https://docs.google.com/spreadsheets/d/1u-RtW0Wmc_lsbh4Zvs0hGHyHvgGyjR7gvHqUqZIDt3E/edit#gid=1897123386

К вопросу об отборе лингвистического материала для формирования идиоматической компетенции будущих переводчиков в сфере профессиональной коммуникации

To the question of linguistic material selection for acquiring idiomatic competence by the future translators in the sphere of professional communication

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

В статье описывается отбор лингвистического материала для формирования идиоматической компетенции будущих переводчиков в сфере профессиональной коммуникации. Определяются критерии и единицы отбора, рассматриваются преимущества использования сетевых ресурсов в качестве источника отбора лингвистического материала. Автор приводит обзор разработанного лингводидактического корпуса, который используется для формирования идиоматической компетенции будущих переводчиков.

Ключевые слова: идиоматическая компетенция, отбор лингвистического материала, сетевые ресурсы, переводчик в сфере профессиональной коммуникации.

The article focuses on the selection of linguistic material used in the process of acquiring idiomatic competence by future translators in the sphere of professional communication. The author draws attention to the benefits of using network data as the source of linguistic material, specify criteria and units of selection, and describe the linguodidactic corpus of linguistic material, used for the acquisition of idiomatic competence by future translators.

Keywords: idiomatic competence, selection of linguistic material, network data, translator in the sphere of professional communication.

The selection of linguistic material is one of the most important problems. The solution of this problem determines the success of the educational process. The selection of the material is defined as the selection of lexical units, grammatical structures, rules of their use, phonetic and cross-cultural material in accordance with the learning stage and profile [1, p. 181].

In the methodical literature there are different ideas what can be considered as a unit of selection: phonemes, morphemes, words, word combinations, sentences, typical phrases or speech samples, texts, themes [2; 3; 4; 5].

In culture-oriented didactic research the following units are considered: linguocultureme [6; 7], sociocultureme [8], culture-specific word (culturonym) [9].

In cognitive-oriented research units of selection are framing presupposition (mental constructs in the human consciousness) [10; 11], linguosociocultural concept [12] and cultural concept [7].

In the present article it is reasonable to take an idiomatic speech unit that functions in the sphere of professional communication as a unit of linguistic material selection.

Under idiomatic speech units we understand units which are entirely reproducible, fixed in structure and meaning, nationally determined and specific for a particular language.

Adequate translation of idiomatic speech units in the field of professional communication requires the formation of a certain level of idiomatic competence. Idiomatic competence (IC) is defined as a coherent cluster of knowledge and skills comprising the

ability of future translators to recognize idiomatic speech units in speech and writing and to interpret their meaning in translation process [13, p.198].

The selection of linguistic material plays a vital role in the formation of IC. It is essential to take into account two main factors for successful selection of linguistic material: (a) the correspondence of linguistic material to the situations of intercultural professional communication, (b) the possibility of effective use of the selected language units in educational activities.

The translator in the sphere of professional communication works with texts of institutional discourse. So, the main criterion of language material selection is conforming to the spheres of institutional discourse. It means that forming the idiomatic competence of the translator in the sphere of professional communication it is advisable to use the texts of institutional discourse, i.e. business, legal, scientific, technical, environmental, medical, geographical, tourist etc.

Along with the main criterion for the selection of linguistic material, the criteria of functionality, authenticity, stylistic diversity, frequency are also taken into account. The above criteria are used for the selection of both individual idiomatic speech units and text material.

In our opinion, the use of network data might be quite a good source of linguistic material selection. We choose such network resources as electronic text corpora, websites of Russian and foreign companies, websites of British and American media, parallel text corpora.

The involvement of network resources helps to identify the most frequent idiomatic speech units functioning in various types of institutional discourse. Thus, the British National Corpus allows to make selection taking into consideration prosodic features of idiomatic speech units, makes it possible to analyze the correspondence of the studied units to a certain context. The parallel corpus of the National Corpus of the Russian Language can be used either in the process of choosing the translation of a particular idiomatic speech unit, or as a tool for verification of the translation solution. Websites of Russian and foreign companies are an indispensable resource for the selection of authentic texts containing idiomatic speech units. Such portals as medical (Med-info, Health News), environmental (Greenpeace), economic (website of the St. Petersburg international economic forum), scientific and technical (Technology News) give great opportunities for the selection of linguistic material. The sites of the British and American media represent "live" usage of idiomatic speech units, help to avoid a number of common mistakes in the selection of lexical material – the interfering influence of the native language, incorrect collocations, fossilization, incorrect usage of idiomatic expression.

As a result of the use of the above-mentioned sources, a linguistic didactic corpus of language material was created. It consists of several subcorpus: (a) idiomatic units functioning in the institutional discourse, (b) English texts, (c) Russian texts, (d) parallel texts.

The subcorpus of idiomatic units is represented by commonly used units functioning in all types of institutional discourse and specialized idioms united in groups by types of discourse (business, legal, scientific and technical, environmental, medical, tourist). For

example, business discourse is presented by phraseological combinations (come to terms-to agree); phraseological units (golden hello-a large one-time payment to a new employee for joining the organization); phraseological combinations (bear market - the situation in the market when the prices of commodities begin to fall); stable comparisons (as safe as the Bank of England-absolutely safe, reliable); proverbs (Buy low, sell high-buy cheap, sell expensive), etc.

Text subcorpus is divided into three groups according to the professional, academic and public sectors of institutional discourse. The most extensive subgroup is represented by the texts of public institutional discourse as idiomatic speech units are most often represented in them. The linguistic material reflecting the public sphere of institutional discourse includes texts aimed at a wide range of readers: advertising, newspaper and magazine articles, household appliances instructions, information for consumers of goods and services, etc. The subgroup of professional institutional discourse texts includes specialized texts of the following genres: business letter, instruction, report, memo, articles of professional publications. The subcorpus of academic discourse includes information, analytical, expert-evaluation materials.

Text subcorpus is mostly presented by written texts as the translator in sphere of professional communication often works with written translations. However, oral texts are not excluded. They are represented by such genres as business negotiations, round tables, presentations, interviews, lectures, dissertations, colloquia, discussions. The rich text material for interpretation is presented in the specialized corpus MICASE (Michigan Corpus of Academic Spoken English), which allows us to choose any discipline taught at the University (Nursing, Ecology, Physics, Engineering, Chemistry, Natural Sciences), the status of the speaker (a student, a professor), the age of the speaker, etc.

The experience of working with network sources in the selection of linguistic material for solving the problems of this study showed that information and communication resources allow us to choose interesting and valuable educational material, which is different in genres and styles. So, the use of network data as the source of linguistic material selection contributes to optimizing the entire learning process aimed at the formation of idiomatic competence of the translator in the field of professional communication.

Literature:

1. Азимов Э. Г., Щукин А. Н. Новый словарь методических терминов и понятий (теория и практика обучения языкам). М.: ИКАР, 2009. 448 с.
2. Бим И. Л. Методика обучения иностранным языкам как наука и проблемы школьного учебника. М.: Русский язык, 1977. 288 с.
3. Миньяр-Белоручев Р. К. Методика обучения французскому языку. М.: Просвещение, 1990. 222 с.
4. Пассов Е. И. Основы методики обучения иностранным языкам. М., 1985. 214 с.
5. Щерба Л. В. Языковая система и речевая деятельность. – Л.: Наука, 1974. 426 с.
6. Воробьев В. В. Лингвокультурема как единица поля // Русский язык за рубежом. 1994. №4. С. 75-81.
7. Гарнаева Л. П. Обучение будущих переводчиков трансляции культурно-специфических смыслов институционального дискурса: автореф. дис. ... д-ра пед. наук. Санкт-Петербург, 2011. 42 с.
8. Воронина Л. А. Формирование социокультурной компетенции при обучении устно-речевому общению на корейском языке на основе видео-сюжетов: автореф. дисс. ... канд. пед. наук. СПб., 2004. 24 с.
9. Иванова Е. В. К проблеме исследования экологического дискурса // Политическая лингвистика. Екатеринбург, 2007. № 3(23). С. 134-138.
10. Алмазова Н. И. Когнитивные аспекты формирования межкультурной компетентности при обучении иностранному языку в неязыковом ВУЗе: дис. ... д-ра пед. наук. СПб, 2003. 329 с.

11. Фурманова В. П. Межкультурная коммуникация и лингвокультуроведение в теории и практике обучения иностранным языкам. – Саранск: Изд-во Мордовского ун-та, 1993. 124 с.
12. Халеева И. И. Основы теории обучения пониманию иноязычной речи (подготовка переводчика). М.: Высшая школа, 1989. 238 с.
13. Гарнаева Л. П., Осипова Е. С. Когнитивная деятельность студентов в процессе использования ресурсов корпусной лингвистики при формировании идиоматической компетенции переводчика в сфере профессиональной коммуникации // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2016. №11(65). Ч.1. С.198-201.

УДК 316.77, ББК 60.0

Д.И. Савченко, О.Ю. Яценко
Dmitri Savchenko, Oksana Iatsenko
9791171@gmail.com, yatsenkoox@mail.ru

**Потребности и социализация личности в вузе: комплексное действие
спортивных и учебных программ**
**Needs and socialization of the individual in the University: a comprehensive action of
sports and educational programs**

*Государственный университет управления
Moscow State University of Management*

В статье исследуется проблема взаимовлияния спорта и учебных программ, указывается на единство потребностей индивида, обеспечивающее гармоничное развитие не только физических, но и профессиональных качеств.

Ключевые слова: спортивные потребности, социальные функции спорта, модели спорта, потребности личности.

The article examines the problem of mutual influence of sports and educational programs, indicates the unity of the needs of the individual, ensuring the harmonious development of not only physical but also professional qualities.

Key words: sport needs, social functions of sport, sport models, personality needs.

Современное состояние коммуникационных технологий не предполагает иного сценария их развития кроме цифрового. Цифровизация, подобно эпидемии, волнообразно охватывает все новые и новые территории, влияет как на неокрепшие, так и экспертные умы, позиционируется как единственный и уникальный шанс, выпавший человеческому обществу для качественного прорыва в желаемое будущее.

Между тем, как показывает практика, значимое место в жизни студента занимает спорт. Феномен влияния спорта на качество жизни человека, является объектом изучения целого ряда наук: философии, социологии, педагогики, психологии, медицины и др. [1].

Особый интерес представляет интерпретация социальных функций современного спорта в четырех «моделях спорта» (Хайнеман, 1980 г.) для формирования личности в сфере спортивной деятельности:

1. Экспрессивная модель спорта, для которой характерны такие показатели, как удовольствие, радость, коллективные действия и др.
2. Модель спорта, ориентированная на соревнование, для которой наивысшими ценностями являются соревнование, достижение, победа.
3. Коммерческая модель спорта, согласно которой спорт рассматривается как своего рода шоу.

4. Функциональная модель, подчеркивающая прикладной характер спортивной деятельности. Каждая из этих интерпретаций включает в себя в той или иной степени все перечисленные социальные функции.

Согласно философской сущности современного спорта исследователи выделяют шесть типичных признаков, способствующих формированию личности: обращенность к миру; земной, светский характер; равенство шансов и возможностей для всех занимающихся, ролевая специализация; бюрократизация; ориентация на количественные показатели и критерии; стремление к рекордам. Физическая культура и спорт – сложное многофункциональное явление жизни современного общества, выполняющее ряд социальных функций. Наиболее значимыми из них являются: воспитание, укрепление здоровья людей, подготовка к трудовой деятельности, укрепление и поддержание коммуникации с иностранными учащимися и специалистами. Особое место в психологическом обеспечении спортивной деятельности занимает мотивация, побуждающая человека заниматься спортом. Блок мотивации образуют потребности, мотивы и цели спортивной деятельности. [2-4]

Во многих случаях выбор спортивной деятельности происходит как способ удовлетворения сначала, может быть, только одной, а затем – целого комплекса потребностей. Но мы также должны понимать, что этот комплекс потребностей у современного человека органичен и включает не спорт, но и потребности: усвоения новых знаний, потребность в конкуренции как способе мотивации в процессе обучения и многое другое. И особенно показательным является тот факт, что степень эмоционального, зрелищного и конкурентного начала, присущие спорту согласно приведенным выше моделям имеют место и в более широком контексте образования. Экспрессия, соревновательность, зрелищность и функциональность помогают значительно повысить эффективность учебного процесса и ускоряют процесс социализации студента, который усваивает подобный позитивный алгоритм реализации потребностей и может применять его и в будущей профессиональной деятельности.

Литература:

1. Анохин П.К. Философские аспекты теории функциональной системы. Избранные труды / П.К. Анохин. – М.: Наука, 2014. – 400 с.
2. Вундт В. Психология душевных волнений / В. Вундт, В. Виллюнас. – СПб., 2014. – С. 63–83.
3. Егорычев А.М. Здоровье человека в его движении к совершенству: философские размышления // Вестник Челябинского государственного университета. 2014. - № 13 (342). - С. 50-59.
4. Маслоу А.Г. Мотивация и личность / А.Г. Маслоу. – СПб. : Евразия, 2013. –478 с.

Технологии самореализации в образовании
Technologies for self-realization in education

*Государственное профессиональное образовательное учреждение «Новокузнецкий педагогический колледж»
State professional educational institution "Novokuznetsk Pedagogical College"*

В статье определяется сущность понятия профессиональная самореализация. Рассматриваются опыт применения социальных технологий для управления процессом профессиональной самореализации молодых преподавателей.

Ключевые слова: самореализация, профессиональная самореализация, социальные технологии, технологии самореализации преподавателей.

The article defines the essence of the concept of professional self-realization. The experience of applying social technologies to manage the process of professional self-realization of young teachers is considered.

Keywords: self-realization, professional self-realization, social technology, teacher self-realization technologies.

Профессиональная самореализация – важный процесс, определяющий успешность профессионально-статусного становления молодого преподавателя. Этот процесс рационализируется с помощью социальных технологий, которые можно воспроизводить, тиражировать. Технология самореализации способствует экономии усилий и энергии человека, осваивающего профессию, высвобождение дополнительных ресурсов, необходимых для освоения профессионального мастерства. Она предполагает этапность, последовательность освоения статусных позиций, «мягкий» (бережливый) сценарий наработки педагогического опыта.

Профессиональная самореализация молодых преподавателей как социальный процесс поддается технологизации. Социальные технологии имеют смысл и процесса, и результата целенаправленного последовательного упорядочения и преобразования социального объекта по определенным правилам с помощью соответствующего механизма: совокупности методов, средств, мер институционального влияния [1]. Это способы достижения целей, поставленных обществом в контексте актуальных знаний [2], призванные выявить возможности достижения этих целей, оценить социальные последствия внедряемых практик. В практическом смысле социальные технологии есть «совокупность средств организации и упорядочения целесообразной практической деятельности в соответствии с целью и логикой процесса преобразования того или иного объекта» [3].

Ядром любой технологии является последовательность операций, этапность, алгоритм соблюдения технологических циклов. Это своеобразный модуль: цель – средства – правила их использования – результат, разнесенный по технологическим этапам: диагностика, оценка альтернатив, выбор, исполнение, регулировка [4]. Такие технологии могут сопровождать процессы самореализации или надстраиваться над системой практик профессиональной деятельности преподавателя, упорядочивая и рационализируя объем требуемой работы и нагрузки. Структура и этапность сопровождающей технологии определяется с учётом индивидуального подхода к особенностям личности преподавателя. Такое понимание упорядочивания профессиональной деятельности позволяет считать технологии самореализации

молодых преподавателей технологиями «бережливого» типа, относящимися к гуманистическому типу управления социальными и личностными процессами. *Социальные технологии сопровождения процессов профессиональной самореализации молодых педагогов – это набор инструментальных средств (измерения, категорий анализа, рекомендаций), направляющих специалиста в сфере образования определять точки профессионального роста с учетом его интересов и возможностей, удовлетворяющих требованиям педагогической профессии.*

К достоинствам социальных технологий сопровождения процессов профессиональной самореализации мы относим многократность использования (тиражирования) конкретного достижения молодого специалиста, щадящий («понимающий») режим профессиональных процессов, связанных с распределением нагрузки, наработкой профессионального опыта.

Социальная технология сопровождения процессов профессиональной самореализации состоит из следующих этапов:

1 этап – диагностика уровня профессиональной самореализации молодых преподавателей предполагает оценку условий профессиональной деятельности: доступ к актуальной информации, состояние материальной базы, степень ритмичности стадий повышения квалификации, качество кадров (анализ рейтингов достижений, сбор информации о пожеланиях сотрудников). Методы диагностики: метод анализа документов, опрос, наблюдение, интервью.

2 этап – оценка и выбор альтернатив для определения возможностей управления и сопровождения процессов профессиональной самореализации молодых преподавателей.

3 этап – регулировка и принятие решений. Данный этап может стать следующей ступенью для определения целей и точек роста профессионального мастерства молодых преподавателей [5].

Смысл бережливости технологий самореализации заключается в мягкого роста профессиональных достижений с помощью определения оптимальной нагрузки (учебной и внеучебной деятельности), позволяющей человеку выбирать виды творчества и варианты выполнения профессиональных «показателей»; сохранении ресурсов здоровья людей; управления путем предоставления условий для реализации творческого потенциала в общении с учениками, отказа от достигательных профессиональных стратегий в пользу стратегий свободного выбора направлений и вариативности форм профессиональной самореализации.

Результаты исследования процессов самореализации молодых преподавателей в Государственном профессиональном образовательном учреждении «Новокузнецкий педагогический колледж» (Исследование проводилось 2017-2018 гг., в исследовании участвовали преподаватели в возрасте до 35 лет, стаж работы в системе образования не более 10 лет, высшее образование – 8 человек) показали возможности самодиагностики, саморефлексии преподавателей, ориентацию их в выборе форматов взаимодействия с обучающимися и администрацией, осмысление и планы работы над выполнением «показателей» с учетом самостоятельного выбора нагрузки и форм

профессионального творчества. Критерии успешности процесса профессиональной самореализации: продуктивность профессиональной деятельности молодого преподавателя, удовлетворённость от ее выполнения.

Доказано, что преподаватели с высокими показателями процессов самореализации (хорошее здоровье, авторитет у обучающихся, выполнение творческих проектов) выбирают стратегии свободного творчества, отказываясь от выполнения «показателей» в пользу утверждения себя в профессии, видения перспективы своей деятельности с позиций построения траектории благоприятных событий в жизни.

Литература:

1. Шпак, Л. Л. Социальные технологии: понятие и практическое применение / Л. Л. Шпак. – Кемерово: КемГУ, 1993. – 200 с.
2. Lem, S. Summa Technologiae / S. Lem. –Krakow, 1964. – 501 p.
3. Щербина, В. В. Проблемы технологизации социоинженерной деятельности / В. В. Щербина // Социологические исследования. – 2014. –№ 8. – С. 78– 85.
4. Логунова, Л. Ю. Использование персонал – технологий в адаптации студентов к социальной среде: автореф. дис. ... канд. социолог. наук; Кемеровский государственный университет. – Кемерово, 1998. – 15 с.
5. Логунова Л. Ю., Уткина А. Н., Ковалёнок Я. Г., Ушаков Д. В. Технологии благополучия деятельности преподавателя: проблемы измерения и понимания // Artium magister. – Волгоград: Волгоградский государственный университет, 2019. – Т. 19. – № 1. – С. 21-30.

УДК 42(07):681.14, ББК 74.268.13 Англ:32.973.2

О.Г. Евграфова
Olga Evgrafova
olgaevgrafov@gmail.com

**Практическое внедрение медиа-контента Ted Talks в обучение студентов
неязыкового вуза профессиональному иностранному языку
Practical implementation of Ted Talks media content in teaching a professional
foreign language to non-linguistic university students**

*Казанский (Приволжский) федеральный университет
Kazan (Volga region) Federal University*

В статье поднимается проблема недостаточного обеспечения современных учебных программ по иностранному языку в вузах нелингвистического профиля актуальной аудиовизуальной информацией. Большая часть учебников для будущих инженеров, например, построена на обучении чтению и переводу иноязычных текстов. Исследовав и оценив преимущества медиа контента TED Talks в практике профессионального обучения, авторы разработали и экспериментально опробовали стратегию использования данного интернет-контента в учебном процессе для студентов, обучающихся по направлению подготовки «Техносферная безопасность» (уровень бакалавриата).

Ключевые слова: образовательный ресурс, языковая компетенция, профессиональный иностранный язык, интегрированное обучение, аудирование, видеоконференция.

The article deals with the problem of the insufficient provision of modern curricula in a foreign language in universities of a non-linguistic profile with relevant audiovisual information. Most of the textbooks for future environmental engineers are based on teaching the reading and translation of foreign texts. After exploring and evaluating the benefits of TED Talks media content in the practice of professional training, the authors developed and experimentally tested a strategy for using this Internet content in the educational process for students studying in the field of "Technosphere Security" (undergraduate level).

Keywords: educational resource, language competence, professional foreign language, integrated training, listening, video conferencing.

В 21 в. вопросу обучения студентов различных направлений подготовки иностранному языку уделяется большое внимание. Это связано с расширением программ международного сотрудничества, главной формой которого является академический обмен, предполагающий обучение и стажировку студентов российских вузов за рубежом, а также участие студентов-представителей Российской Федерации на международных научных и профессиональных форумах и конференциях.

В последнее время все чаще можно столкнуться с идеей о внедрении в практику преподавания английского языка открытого образовательного ресурса TED Talks [1]. На сайте TED.com можно произвести отбор материалов по следующим критериям: тема выступления, длительность выступления (от 5 до 18 минут), научная область, информативность, «гениальность» идеи, популярность среди посетителей сайта и т. д. Явным преимуществом является наличие сценариев выступлений с таймингом. Они доступны для просмотра на сайте онлайн и для скачивания. Все выступления идут на английском языке и сопровождаются субтитрами, переведенными на 40 языков. Выступающие делятся собственным опытом, рассуждают о важных проблемах современности, делают выводы, ведут беседу с аудиторией, каждое выступление сопровождается презентацией [2].

Нами были отобраны 10 видеовыступлений TED Talks и его подкаста TEDed, соответствующих тематике модулей рабочих программ направления подготовки «Техносферная безопасность». Эксперимент проводился в двух группах студентов второго года обучения. Мы разработали критерии отбора выступлений, алгоритм работы с каждым видео из них и стратегию последующего овладения представленным языковым материалом. В конечном итоге мы произвели оценку эффективности введения данной стратегии в обучение через анализ анкетных опросов слушателей, фокус-группы, анализ оценочных листов.

Среди преимуществ использования TED Talks на занятиях по профессиональному иностранному языку преподавателями кафедры иностранных языков КФУ были выделены следующие:

1. Возможность погружения в аутентичную языковую и культурную среду. Выступления содержат фоновую информацию о национально-культурной специфике страны изучаемого языка, позволяют изучить особенности поведения людей в ситуациях профессионального общения.

2. Многообразие акцентов. Хотя не все спикеры - носители английского языка, что позволяет учиться воспринимать речь не носителей языка, а людей разных национальностей. В реальной профессиональной деятельности зачастую приходится общаться с не носителями языка.

3. Актуальный контент выступлений, выступления разнообразны по тематике и проблематике. Многие преподаватели и студенты сталкиваются с фактом того, что информация, изложенная в учебниках, часто бывает уже устаревшей и неактуальной, что не способствует мотивации к изучению профессионального иностранного языка.

4. Оригинальная подача материала. Большинство спикеров поддерживают интерес публики через визуализацию – схемы, диаграммы, графики, фото, анимацию и

т.д. Выступающие задают сами себе вопросы, заставляя зрителей искать ответ по ходу доклада. Студенты приобретают навык публичных выступлений, так называемые *presentation skills*, что далеко не маловажно в условиях экономической и научной конкуренции.

5. TED Talks предоставляет возможность комплексного развития языковых навыков и речевых умений: аудирования, говорения, совершенствуются навыки спонтанной речи, стимулируются мыслительные процессы и критическое мышление. В комплексе это развивает способность строить монологическое высказывание по предложенной теме.

Общая высокая оценка студентами уроков с применением ресурсов TED дает позволяет сделать вывод о повышении их мотивации к изучению английского языка в целях дальнейшего его применения в будущей профессиональной и научной деятельности. Обучающиеся отметили актуальность предлагаемого материала, интенсивность режима работы, возможность применения данного контента в практике обучения по профильным предметам.

В результате констатирующего эксперимента в конце учебного семестра результаты обучения в экспериментальных группах были на 36% выше, чем в контрольных группах, осваивающих материал без применения медиа контента TED Talks. Большая часть (79%) студентов групп, участвующих в эксперименте, согласно анализу их оценочных листов и итоговых тестов, расширили свой лексический профессиональный минимум, демонстрировали способность использовать изученные на примерах языковые явления в конкретных иноязычных ситуациях, имитирующих ситуации профессионального общения.

Литература:

1. Landsford L. Ted Talk Can Make Technical Language Accessible – Try it! –Visual Talk. Дата обращения 10. 10. 2019 URL: <https://infocus.eltngl.com/2018/06/14/its-ok-to-say-i-dont-know-try-it/>
2. Mallinder M. Teaching English with TED Talks // EFL Magazine. – Дата обращения 21. 10. 2019 URL: <https://www.eflmagazine.com/teaching-english-using-ted-talks/>

УДК 311.3/.4+330+7.01, ББК 60.6+65.498.5+85.101

В.А. Колычева
Valeria Kolycheva
the-val@mail.ru, v.kolycheva@spbu.ru

Статистика искусства как новая отраслевая статистика Art statistics as a new branch of statistics

*Санкт-Петербургский государственный университет
Saint Petersburg State University*

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.

Ключевые слова: экономика, искусствоведение, статистика, метод исследования, отрасль знания.

Today it is fair to say that a new branch – art market statistics, or briefly, art statistics – has taken a firm place among the economic disciplines. It is subject, the theoretical base of which began to be formed at the

junction of antagonistic sciences, economics and art history, and which practice of emergence was caused by the fact of the long-standing presence and, above all, modern intensification of trade operations with objects of artistic creativity.

Keywords: economy, art, statistics, research method, branch of knowledge.

Согласно основополагающему постулату теории статистики, если в совокупности присутствует аномальное наблюдение, т.е. резко отличающиеся от единой массы частот, то таковое следует отстранить от анализа с тем, чтобы не исказить тренд. Возникает вопрос – как поступить, если совокупность состоит исключительно из аномальных единиц, и возможно ли подобное в принципе? На вторую часть поставленного вопроса ответ будет однозначно положительным в одном случае – при изучении массива предметов искусства. Любое произведение всегда индивидуально, даже если речь идет об авторском повторе, ученическом подражании или мошеннической фальшивке. В каждой подделке есть доля подлинности – гласит искусствоведческое правило. Самый тонкий копиист-фальсификатор, менее всего заинтересованный в том, чтобы быть разоблаченным, непременно внесет в свой суррогат единственный собственный штрих, которого нет в оригинале. Именно этот, необъяснимый с точки зрения логики факт позволяет опытным знатокам рано или поздно раскрыть пусть мастерскую, но подделку.

Что касается первой части вопроса, то прежде появляется сомнение, касающееся корректности применения статистического инструментария по отношению к «полностью» аномальной совокупности. Ведь если каждая составляющая целого неповторима, то, как в таком случае возможно нахождение обобщающей тенденции. Однако собирателям известно, что натюрморты популярнее портретов, но пейзажи востребованнее натюрмортов, или что графика пользуется бóльшим спросом, чем пластика, и меньшим чем живопись и т.д. и т.п. Следовательно, в предельно неоднородном массиве априори существуют единые закономерности. Работа с такими традиционно считается обязанностью статистики. Итак, стоит задача сочетания классических приемов массового анализа и нарушающего постулаты объекта исследования – базы одиночных данных – что из-за неизменности одного (аномальная совокупность) приведет к трансформации другого (методы изучения). Сказанное позволяет заявить о появлении инновационной дисциплины – арт-статистики – ожидающей создания и развития своего теоретического и прикладного аппарата.

Субъект образования в условиях гипердинамики современности
The subject of education in terms of hyperdynamics of the present

Ивановский государственный химико-технологический университет
Ivanovo State University of Chemistry and Technology

Автор рассматривает проблему формирования темпоральной координации субъекта образования в контексте особенностей современного цивилизационного развития. Отмечается локальный характер темпоральной структуры современности, неоднозначно влияющий на результаты образования. Темпоральная координация представлена как условие достижения открытости образования, в настоящее время затрудненное гипердинамикой современного развития и прагматической направленностью профессиональной подготовки.

Ключевые слова: субъект образования, темпоральная координация субъекта образования, гипердинамика развития, актуализация прошлого, потенциальность прошлого, ценность настоящего.

The author considers a problem of the emergence of temporal coordination of the subject of education in terms of the features of contemporary civilization's development. Ambiguously influencing on the results of education, local characteristics of temporal structures of the present are examined. Temporal coordination is regarded as a condition of achievement of an openness of education. It is argued that the current development of education is considerably influenced by hyperdynamics of contemporary progress and a pragmatistical orientation of vocational training.

Keywords: the subject of education, temporal coordination of the subject of education, hyperdynamics of progress, actualization of the past, potentiality of the past, value of the present.

Философский анализ актуальных тенденций в образовательной практике современности не может ограничиваться оценкой инновационных форм и разработок, он требует обращения к фундаментальным слоям образовательного взаимодействия. Одной из таких основ выступает темпоральная составляющая, в философском аспекте представленная через *действующий образ времени*, имплицитно присутствующий в содержании образовательных программ, влияющий на осмысление целей образования и в определяющий горизонты будущего профессионального становления каждого обучающегося. Мы хотим обратить внимание на одну особенность темпоральной составляющей современности, задающей неоднозначный вектор образовательного развития, – гипердинамике современной цивилизации. Этот процесс (на примере культурной эволюции) хорошо описан в работе Г. Люббе, где два важнейших момента заслуживают особого внимания в отношении и к образованию – возможность исчерпания индивидуальных и институциональных способностей переработки инноваций и необходимость трансформировать полученную свободу времени в смысл [1, с. 5, 29]. В рамках образовательного пространства гипердинамика развития ведет к некоторым существенным последствиям для каждого обучающегося субъекта.

Образование – это работа с опытом, формирование способности «открывать» для себя накопленные знания, соотнося практику их получения и условия наличной жизненной и профессиональной практики. В этом смысле образование – это неизбежная работа с прошлым, требующая выработки критериев потенциальности и актуальности прошлого. Не менее значимым является и образ будущего, моделирующийся субъектом на основе ментального образа, опирающийся на базовые нормы и ценности, парадигмальную установку и непосредственно связанный с

багажом образования [2, с. 23]. Историчность образования обуславливает не только *бесконечность* в раскрытии новых возможностей, но и *границы* открытости, задаваемые иерархией значимых целей конкретной личности и цивилизации в целом на каждом этапе их развития. Субъекту образования для достижения этих целей необходимы *навыки темпоральной координации*. В условиях гипердинамики современности обретение таких навыков сталкивается с серьезными трудностями.

Прикладной характер современного образования – наиболее яркая черта, определяющая «родственность» с его гипердинамикой. Эта особенность задает *локальность темпоральной структуры*, с невероятной скоростью обесценивая достижения недавнего прошлого, ограничивая возможности субъекта образования воспользоваться не до конца осмысленным опытом, потенциал которого начинает оцениваться лишь его близостью к сегодняшнему дню (например, исключение из образовательного процесса «старых» учебников и научной литературы, формальность преподавания истории конкретных наук).

Мы уже писали об искажении восприятия времени в современной образовательной коммуникации [3]. У субъекта часто формируется модель восприятия, в которой реальную ценность представляют только те навыки, которые можно применить сейчас или в обозримом будущем; актуальностью содержания образования подменяется его потенциальность. В организационном измерении гипердинамика развития выражается в тенденции к сокращению издержек времени, потраченного на изучение конкретной дисциплины. С одной стороны, это мотивирует субъектов образовательного взаимодействия на поиск *новых возможностей использования времени* (реализуемых, как правило, в электронных коммуникациях и образовательных средах), а с другой, способствует переключению внимания на техническую сторону образовательного процесса, где активность участия и скорость взаимодействия «затемняют» содержательно-качественную составляющую обучения. Образовательные программы строятся в жестком режиме экономии времени, ограничивающем учебный процесс «гонкой за достижениями» и практически исключаящем полноценную рефлексию.

Профессиональное мышление складывается как *линейно-историческое*, что противоречит глобальности и мультиисторичности современного мира. В изучении, например, философских проблем науки и техники, это не позволяет магистрантам и аспирантам увидеть познавательные возможности и раскрыть все достоинства известных научных методологий, сделать их полноценным инструментом *своей* исследовательской практики. В конечном итоге все это приводит к еще одному следствию локальности темпоральной структуры современного образования, обозначенному Г. Люббе как «вероятность столкнуться с незрелым» [1, с. 402], – неизбежному в рамках прикладной ориентации образования, дифференцирующего области применения профессиональных навыков и ограничивающему изучение общенаучных и социально-гуманитарных дисциплин.

Установка на *безусловную ценность настоящего*, характерная для дискурса эффективного и практически ориентированного образования, формирует модель

псевдоавтономной образовательной среды, не включенной в объективную связь прошлого, настоящего и будущего. Попытки компенсировать это «универсальными компетенциями» выглядят не слишком убедительно, ведь выработка мировоззренческих принципов требует гораздо большего времени.

Гипердинамика современного развития искажает восприятие жизни как *собственной истории* (как не вспомнить формулу М. Хайдеггера «человек – это его история»), где опыт связи времен, опыт континуальности необходим и в социальном плане, и в личностном измерении. Также, как в современной архитектуре, в образовательном пространстве существует множество «новоделов», – форм обучения, где информационно-технологическая «оболочка» накладывается на сложившуюся образовательную практику и становится самоцелью образовательного процесса (например, то, что выдается за интерактивные формы обучения, часто представляет собой лишь технически опосредованный обмен мнениями).

С другой стороны, такая разорванность образовательного процесса хорошо вписывается в модель *непрерывности образования*, требуя от каждого субъекта долгосрочного планирования для достижения своего профессионального совершенства. Эклектизм познавательного и образовательного пространства в данном случае является неизбежным следствием гипердинамики развития. Но он скорее организует сознательный опыт и интеллектуальную деятельность субъекта. Можно считать это новой версией открытости образования. Хотя такое положение дел требует системности в стратегической перспективе, что опять выводит на идею непрерывности образования как базовой парадигмы личностного и профессионального развития, где может быть достигнуто оптимальное единство неопределенности и целеполагания.

Темпоральная координация как фактор *измеримости* процессов образования и профессионального становления поверхностна, для достижения целей подлинной образованности координация необходима как: 1) условие исторической неповторимости, укорененности конкретного субъекта в «здесь» и «сейчас»; 2) элемент внутренней логики профессионального развития, обуславливающий мягкость перехода на новые этапы и их последовательность; 3) смысловая граница открытости, очерчивающая точки приложения полученных знаний и навыков, и дающая толчок творческим возможностям субъекта.

В условиях цивилизационной гипердинамики трансформируется роль *гуманитарных компонентов образования*. Нам кажется, что в стратегической перспективе роль гуманитарного знания должна расти не только потому, что именно оно дает необходимое для любого качественного осмысления опыта «присутствие мертвых в памяти» (Г. Люббе) в силу историчности как важнейшей особенности гуманитарного мышления как такового, но и как ответ на необходимость научить субъекта образования навыкам быстрой ориентации в усложняющейся информационной среде. С утверждением о том, что «культурное значение классических, устойчивых к старению ресурсов, возрастает вместе с динамикой цивилизационной эволюции» [1, с. 266] невозможно не согласиться. Установка на диалог, свойственная гуманитарному мышлению, способна обеспечить не только

эффективную коммуникацию в социальном пространстве, но и создать условия для грамотной темпоральной координации субъекта, объемное *понимание* времени, сформировать всесторонние образы прошлого, настоящего и будущего, адекватные его профессиональной и личностной ответственности.

Литература:

1. Люббе Г. В ногу со временем. Сокращенное пребывание в настоящем/ пер. с нем. А. Григорьева, В. Куренного; под науч. ред. В. Куренного. – М., Изд. дом Высшей школы экономики, 2016. – 456 с.
2. Шипунова О.Д. Коммуникативные среды и ментальный опыт в моделировании будущего// Коммуникативные стратегии информационного общества: Труды IX Междунар. науч.-теор. конф. 26–27 октября 2017 г. – СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2017. С. 20-24.
3. Палей Е.В. Время образования: исторический характер образовательной коммуникации// Коммуникативные среды информационного общества: тренды и традиции. Труды Междунар. науч.-теор. конф. 28-29 октября 2016 г. СПб: Изд-во Политехн. ун-та, 2015. С. 302-303.

УДК 94(47+57), ББК 63.3(2)5

И.В. Сидорчук, М.С. Мосенц
Ilya Sidorchuk, Maria Mosents
sidorchuk_iv@spbstu.ru, mosentmaria999@mail.ru

Курс «первой любви к вере, царю и отечеству»: Д.П. Мартынов и его книга по истории для народных училищ*
The course of “the first love to faith, tsar and fatherland”: D.P. Martynov and his history book for national schools

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

Исследование посвящено книге видного деятеля отечественного школьного образования конца XIX в., Дмитрия Павловича Мартынова «Русская история в самых простых рассказах со сборником исторических стихотворений» (1894). Данный труд был написан с целью распространения среди учащихся народных училищ верноподданнических и православных взглядов, воспитания в них «любви к вере, царю и отечеству». Авторы демонстрируют, что историческое прошлое России в книге показано чрезвычайно предвзято. Таким образом, она является ярким примером возможности обесценивания и маргинализации политического девиза путем его распространения в околонуучной литературе. Представляется, что подобный негативный опыт стоит учитывать при выстраивании образовательных стратегий в области курса отечественной истории и в наши дни.

Ключевые слова: преподавание истории, история педагогики, околонууча, Д.П. Мартынов, идеология, история науки.

The study is dedicated to the book of the eminent figure of the national school education of the late XIX century, Dmitry Pavlovich Martynov “Russian history in the simplest stories with the collection of historical poems” (1894). This work was written in order to spread among the students of public schools the views of loyalty and orthodoxy, to inculcate “the love to faith, tsar and fatherland” in them. The authors demonstrate that in the book the historical past of Russia is shown extremely biased. Thus, this book is the vivid example of the possibility to devalue and marginalize the political motto by spreading it in the pseudo-science literature. It seems that such a negative experience should be taken into account while the educational strategies are building in the field of the course of national history in our days too.

Keywords: teaching of history, history of pedagogy, fringe science, D.P. Martynov, ideology, history of science.

Преподавание истории постоянно находится в зависимости от главенствующих в стране идеологических установок, с той или иной степенью настойчивости

* Исследование выполнено при финансовой поддержке Российского научного фонда (проект № 18-78-00085)

пытающихся скорректировать то, что принято называть национальным мифом [подробнее см.: 1, 2, 3]. Во многом в силу этого для массового потребителя исторической информации зачастую характерно недоверие к результатам исследований представителей профессионального сообщества. Не стоит забывать и о размытости границ между научным и околонучным историческим знанием, следствием чего является перманентный успех авторов сомнительных концепций, направленных на ревизию устоявшихся историографических канонов. В совокупности это лишь множит конфликты в историческом сознании и препятствует выстраиванию консенсусной национальной памяти о прошлом.

Одним из узнаваемых и семантически цельных идеологических девизов для нашей страны является «За веру, царя и отечество», по-настоящему рожденный «из огня Двенадцатого года» благодаря таланту яркого представителя «русской партии» времен Александра I, адмирала и 4-го министра народного просвещения А.С. Шишкова [4]. Вплоть до падения монархии верноподданнические настроения включали три обязательных составляющих: преданность православной вере, государю и стране. Разумеется, они транслировались детям и молодежи в различных образовательных учреждениях. Настоящее исследование посвящено человеку, который постарался внести в это свой посильный и весьма оригинальный вклад.

Дмитрий Павлович Мартынов (1856-1900) был сыном священника из Ярославской губернии. После окончания Ярославской духовной семинарии поступил на физико-математический факультет Московского университета. Вплоть до 1886 г. преподавал математику в различных провинциальных гимназиях, а затем стал инспектором народных училищ Новгородской губернии. С 1891 г. и до своей кончины он был директором народных училищ Олонецкой губернии [5, с. 1-2]. Д.П. Мартынов искренне радел за свое дело, вел активную преподавательскую, организационную и управленческую деятельность. Среди его главных целей было улучшение качества преподавания, расширение сети школ, рост престижа профессии учителя [6]. Впрочем, широкую известность он получил не из-за этого. Среди столичных врачей и университетских профессоров его имя стало узнаваемым благодаря опубликованной им в 1897 г. книги «Раскрытие тайны языка человеческого и обличение несостоятельности ученого языкознания», в которой он утверждал, что вся речь происходит от слова «есть» и призывал познавать язык «духом, а не ухом» [7]. Психиатр Е.П. Радин упоминал его в контексте нового языка кубофутуристов и открыто назвал душевнобольным [8, с. 29], а Н.С. Трубецкой именно с ним сравнивал создателя «нового учения о языке» Н.Я. Марра [9, р. 317].

Книга о происхождении языка – далеко не единственное произведение Д.П. Мартынова. Видимо, математическое образование подарило ему чувство уверенности в возможности устройства преподавания всех предметов по универсальным схемам, а церковное – настойчивость и догматизм. Например, он изобрел «новый путь начального обучения родному языку» и придумал «чем и как заменить нам немецкий метод обучения арифметике в начальной школе» [10, 11]. При этом он был истинным монархистом, стремившимся распространить то же

верноподданничество среди учащихся. С этой целью им и была написана «Русская история в самых простых рассказах со сборником исторических стихотворений. Для школ и народа» [12]. В предисловии к ней он заявил, что «каждый русский человек с юных лет должен возлюбить свою веру, своего царя и свое отечество – возлюбить их всем сердцем своим и всем помышлением своим», а, следовательно, курс истории в народных училищах должен быть курсом «первой любви» к ним [12, об. титул. листа].

Осмелимся предположить, что учебник по истории, написанный профессиональным школьным учителем математики, может претендовать ровно на то, на что может претендовать учебник по математике, написанный историком. Тем не менее, должность, занимаемая Д.П. Мартыновым, резко повышала степень ответственности за написанное, и не позволяет просто его проигнорировать. Разумеется, книга изобилует предвзятыми интерпретациями и искажениями фактов. Утверждается, что до принятия христианства русские люди были темными и отсталыми, а «на вечах каждый хлопотал не о правде и не об общей пользе, а только о своей выгоде» [12, с. 2-4]. Видимо, по причине отказа принятия христианства в книге абсолютно не упомянут князь Святослав, несмотря на его воинские подвиги. Нашествие татар («народ диковинный – узкоглазые и скуластые») началось, по мнению Д.П. Мартынова, в 1240 г. [12, с. 9]. Александр Невский умер, потому что «истомился» «от постоянных тревог и печали за русскую землю» [12, с. 12]. Иван Грозный упомянут только как покоритель Казанского и Астраханского ханств, а также как правитель, во времена которого Ермак «побил сибирских татар» [12, с. 20]. Намного более подробно описана гибель царевича Дмитрия, убитого, по мнению автора, в угоду Борису Годунову его приспешниками [12, с. 21]. Сама же гибель Годунова представлялась карой господней за его грехи [12, с. 23]. Удивительно, но совершенно не упомянут Иван Сусанин как спаситель истинного благословенного наследника. Непосредственно правлению Михаила и Алексея Романовых выделен лишь один краткий абзац, в котором сообщается о том, что они «оградили русскую землю от нашествия иноплеменников, водворили тишину и порядок, утвердили закон и правду», а «патриарх Никон очистил богослужебные книги от ошибок и этим уставил в святой православной церкви правильное служение Богу» [12, с. 34]. Неизменно в книге подчеркивалась недопустимость сопротивления легитимной власти, а чаще всего такие события просто игнорировались: образ «бунташного века» просто отсутствует, а крестьянские и городские восстания не упомянуты.

Существенную часть книги занимает возвеличивание Петра I. До него «русские люди» «были темные, косные, на подъем тяжелые, от дому своего не отходили, в чужие земли не ездили» [12, с. 39]. После достаточно подробного перечисления его реформ сделан вывод: «Что сделал Петр для блага русской земли, того, кажись, никогда не перескажешь» [12, с. 48]. Петр изображен благодетелем, любимым и почитаемым народом. Разумеется, про сопротивление его реформам, многочисленные жертвы его амбиций или хотя бы повешенное налоговое бремя ничего не сказано. Пантеон героев XVIII в. дополнялся М.В. Ломоносовым и А.В. Суворовым. Кратко упомянута Елизавета, подробнее «премудрая императрица» Екатерина II. Нет описания ни одного

из дворцовых переворотов, а несчастный Павел I упомянут лишь как наследник, которому Екатерина сделала прививку от оспы и государь, сокративший барщину [12, с. 63-64, 77].

Отечественная война 1812 г. показана наивысшим пиком единения царя с народом: «Господи! кажется ни за что не опишешь того, как в ту пору народ встретил своего царя, когда он приехал в Москву» [12, с. 65]. Отсюда восхищающие Д.П. Мартынова смиренный героизм и самопожертвование солдат в битвах: «...как снопики валяются наши солдатики от метких французских пуль и ядер. наших все убывает и убывает, а французов все прибывает и прибывает. “Что нам делать?” спрашивают Остермана приближенные. – “Ничего не делать!” отвечает Остерман: “стоять и умирать!”» [12, с. 66].

При чтении книги не может не вызвать улыбку описание причин отмены крепостного права: «Русские цари проведали про тяжелое житье крестьянское и стали думать о том, как бы облегчить крестьянскую долю» [12, с. 77]. И, конечно, по заверениям Д.П. Мартынова крестьяне были полностью довольны условиями освобождения: «Народ падает на колени, а звон колоколов радостно гудит и глаголет, что наступила на русской земле новая жизнь. Радостям не было конца; ликующие люди обнимались и целовались как в светлое Христово Воскресенье» [12, с. 79].

Лишь при описании военной реформы Александра II автор сказал про тяжелую жизнь солдат: «...за всякую повинность мучили солдата побоями и голодом. Родные провожали рекрута на службу как на тот свет, а встречали со службы старика-солдата не ласково, здоровались неприветливо, поили-кормили с попреками» [12, с. 81]. Но установление всеобщей воинской повинности с этим покончило: «Вечная тебе память, благодетель наш, император Александр Николаевич!». Заканчивается книга кратким описанием правления Александра III, который «день и ночь печется о благе русского народа и своей мудростью возвеличил Россию пред всеми народами белого света: все народы боятся его гнева и гордятся его дружбой» [12, с. 82].

Подводя итог, хотелось бы отметить, что эксперимент Д.П. Мартынова, во многом наивный и даже трогательный, представляется нам ярким примером обесценивания политического девиза путем его распространения в околонушной литературе. Попытка легитимизировать свои вольные представления об истории ссылкой на государственный заказ, могла привести лишь к персифлированию среди образованной публики как автора подобных работ, так и непосредственно поддерживаемой им идеологии. Конечно, лозунг «за веру, царя и отечество» терял сторонников в основном благодаря иным причинам, но люди, подобные автору «Русской истории в самых простых рассказах...», способствовали его маргинализации. Представляется, что будет не лишним учитывать подобный опыт при выстраивании образовательных стратегий в области курса отечественной истории и в наши дни

Литература:

1. Николаева И.Ю. Национальное самосознание и национальные мифы как проблема современного учебно-образовательного процесса // Вестник Томского государственного университета. История. 2008. # 2(3). С. 105-115.
2. Шнирельман В.А. Очарование седой древности: мифы о происхождении в современных учебниках // Неприкосновенный запас. 2004. # 37. С. 79-87.

3. Шнирельман В.А. Неудобная память // Новое прошлое. 2018. # 3. С. 216-222.
4. Гайда Ф. «За веру, царя и отечество»: к истории знаменитого воинского девиза // Портал «Православие.ru». 31 мая 2013 г. URL: http://www.pravoslavie.ru/61882.html#_edn15
5. Д[митрий] П[авлович] Мартынов [1856] † 28 мая 1900 г.: [Некролог, речи и стихотворения по поводу его кончины]. Петрозаводск, 1900.
6. Шишова О.Б. Педагогическая деятельность Д.П. Мартынова как пример организации дела народного просвещения в регионе в конце XIX в. // Вестник ТвГУ. Серия «Педагогика и психология». 2017. Вып. 3. С. 73-78.
7. Мартынов Д.П. Раскрытие тайны языка человеческого и обличение несостоятельности ученого языкознания. М., 1897.
8. Радин Е.П. Футуризм и безумие. Параллели творчества и аналогии нового языка кубо-футуристов. СПб., 1914.
9. Jakobson R. Autobiographical notes on N.S. Trubetzkoy // N. S. Trubetzkoy. Principles of phonology. Berkeley and Los-Angeles. Second print, 1971. P. 309-323.
10. Мартынов Д.П. Новый путь начального обучения родному языку по системе совместного обучения речи как содержанию речи, так и формам ее. М., 1889.
11. Мартынов Д.П. Чем и как заменить нам немецкий метод обучения арифметике в начальной школе. М., 1884.
12. Мартынов Д.П. Русская история в самых простых рассказах со сборником исторических стихотворений. Для школ и народа. М., 1894.

УДК 378.004, ББК 74.4:72.5

Л.Н. Соколова
Larissa Sokolova, lori11@rambler.ru

Анализ результатов проекта «Обучение английскому языку в технических вузах Ростовской области»

The analysis of the results of the project “Teaching English in Rostov Region Technical Higher Educational Establishments”

*Южно-Российский государственный политехнический университет им. М.И. Платова (НПИ)
Platov South Russian State Polytechnic University (NPI)*

В ходе реализации совместного проекта «Обучение английскому языку в технических вузах Ростовской области» (2015-2018) проводилось анкетирование 300 студентов ЮРГПУ (НПИ) и 300 студентов ИТА ЮФУ (г.Таганрог). Были выявлены и проанализированы требования и рекомендации по подготовке будущих специалистов, определены потребности студентов в области иноязычной подготовки, прагматические установки будущих специалистов в ходе анкетирования преподавателей, студентов и работодателей г. Новочеркаска (НЭВЗа и НЭЗа).

Ключевые слова: исследование, требования работодателей, будущие специалисты, иноязычная подготовка, совместный проект

Within the framework of the joint project “Teaching English in Rostov Region Technical Higher Educational Establishments” (2015-2018) 300 Platov South Russian State Polytechnic University (NPI) students and 300 Taganrog Engineering and Technological Academy (UFU) students were surveyed. The employers’ requirements to future specialist training and their recommendations as well as the needs of students in the area of foreign language training and their pragmatic attitudes were identified and analyzed in the survey of teachers, students and employers of Novocherkassk (NEVZ and NEZ).

Key words: research, employers’ requirements, future specialist, foreign language training, joint project

В настоящее время необходимым условием для лучшей подготовки студентов к эффективной профессиональной деятельности является разработка образовательных моделей и форм обучения, учитывающих как требования государства и работодателей, так и потребности внутри отрасли, компании, университета.

По мнению Д. Волошина, последние достижения науки и техники, связанные с развитием интернета, с технологизацией и роботизацией труда, с развитием

коллективных технологий, с созданием полноценной рабочей виртуальной среды резко изменили суть труда и подходы к реализации трудовой функции [1].

Наше исследование [2], цель которого состояла в изучении требований работодателей города Новочеркаска, Ростовской области (НЭЗа, НЭВЗа и фирмы «Эскорт») к владению английским языком сотрудниками разного должностного уровня (руководство, специалисты, служащие или технический персонал) на предприятиях, свидетельствует о том, что:

- работодатели все чаще считают, что знание ИЯ («понимание» иноязычного партнера) становится ключевым конкурентным преимуществом в профессионально-деловом общении (ПДО);

- владение ИЯ как *инструментом профессии* в некоторой степени уже является условием работы в некоторых компаниях, однако эта необходимость варьируется в зависимости от иерархического уровня должности сотрудника;

- большинство работодателей все чаще обращают внимание на усиление межкультурной составляющей иноязычного ПДО;

- основой для разработки новых образовательных моделей иноязычной подготовки специалистов в условиях революции управления и экономики знаний может стать дальнейшее изучение

- потребностей иноязычного ПДО внутри отрасли, компании, университета;

- требований работодателей к владению ИЯ сотрудниками компании;

- взаимоотношений работодателей с университетами и колледжами, их рекомендаций по превращению выпускников в лидеров, успешно функционирующих в деловой среде.

Анализ результатов исследования, выполненного в рамках проекта НОПАЯз – «English for Specific Purposes», 2011-2012 год, поддержанного Офисом английского языка Посольства США в Москве как и другие материалы, были представлены на мультимедийном диске [2].

В ходе реализации совместного проекта «Обучение английскому языку в технических вузах Ростовской области» (2015-2018) проводилось анкетирование 300 студентов ЮРГПУ (НПИ) и 300 студентов ИТА ЮФУ (г. Таганрог). Как следует из проделанного анализа исследований, комплексная диагностика потребностей иноязычного ПДО способствует оптимизации процесса разработки образовательных моделей, учебных программ и курсов обучения ИЯ и существенно помогает усовершенствовать процесс обучения и его качественную оценку.

Психологические исследования подтверждают также мысль о том, что в последние годы на содержание программ обучения влияет новое определение аутентичности, направленное скорее на аутентичность стратегий и деятельности, нежели аутентичность общения. Эта перспектива аутентичности хорошо интегрируется

- в программах, основанных на заданиях;

- в программах, основанных на проекте;

- в программах, основанных на процессе.

Последние являются наиболее эффективными, поскольку процесс разработки программы определяется в основном самим обучаемым.

В каждом из этих видов деятельность, стимулирующая изучение и мышление, является существенной для успеха обучаемого и самого курса, цель которого обучить мышлению, организовать «память содержания», а не «память формы» - специфическую высокоорганизованную память [3, с. 40], а для этого преподавателю необходимо создавать на занятиях опосредованную английским языком аналитико-синтетическую деятельность.

Результаты анкетирования преподавателей ИЯ в 2016-2017 гг. показали отсутствие единого мнения относительно деятельности, требующей дополнительного внимания в преподавании ИЯ в ближайшем будущем. Многие выступают за новые технологии, применяемые на занятиях ИЯ (33%), свое профессиональное развитие (30%). Другие считают необходимым участвовать в общественной жизни своего города и региона (16%). Третьи выступают за совместное обучение студентов естественно-научным дисциплинам, техническим дисциплинам, математики и ИЯ (11%). Четвертые считают, что внимание следует обратить на языковую грамотность и понимание ИЯ студентами (33%), музыку и гуманитарные дисциплины. А кто-то убежден, что размер аудитории (11%) и обычные базовые стандарты (11%) больше всего влияют на качество обучения [4].

Для конкретизации и оценки деятельности преподавателя предлагается использовать *портфель деятельности преподавателя (ПДП)*. Уточняя определение J.A. Bastidas (1996), мы включаем в него следующее: «*ПДП – это коллекция документов и материалов, характеризующих профессиональное развитие преподавателя, успехи его обучаемых и личные достижения, полученные в результате непрерывного процесса рефлексии, самооценки и самообразования, а также технологии обучения, которые он использует для совершенствования учебного процесса*» [4, с. 216].

Обычно говорят о языковом портфеле обучаемого как об инструменте оценки развития его языковых умений, усилий и достижений (J.A. Bastidas, 1996, Chr. Coombre, L. Varlow, 2004), что же касается ПДП, то здесь стоит подумать не только о его количественном наполнении, но и о качестве предоставляемых преподавателем услуг на каждом этапе обучения. Портфель – это средство для непрерывной оценки, которое представляет виды деятельности и процессы больше, чем сам продукт (Paulson et.al., 1991, Tierney et al., 1991). С помощью портфелей преподаватель и сам обучаемый могут документировать результаты учебного процесса.

Влияние искусственного интеллекта на индивидуальные образовательные траектории, несомненно, станет уже в ближайшем будущем важной характеристикой инновационного профессионального образования. Речь уже идет о создании «цифрового профиля» [1], который поможет студентам, учитывая потребности работодателей, приобретать знания, максимально полезные в будущем. Вполне вероятно, что это будет сочетание дисциплин разных семестров, разных вузов и разных преподавателей, дополненное практикой. Успехи и неудачи каждой программы

обучения будет контролировать электронный тьютор, который, анализируя малейшие отклонения в запланированной траектории, быстро меняет программы или отдельные занятия.

Насколько мы, преподаватели кафедр ИЯ технических вузов, готовы работать в новых условиях обучения? Сможем ли мы конкурировать с электронным тьютором?

Ответы на эти вопросы мы постараемся получить в ходе дальнейших теоретических и экспериментальных исследований в этой области.

Литература:

1. Волошин Д. Человек любопытный. Почему умение учиться — главный навык будущего [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.forbes.ru/karera-i-svoy-biznes/374129-chelovek-lyubopytnyy-pochemu-umenie-uchitsya-glavnyu-navyk-budushchego> (дата обращения 20.10.2019).
2. Teaching ESP. Best Practices. Published by “Repetitor MultiMedia” for The English Language Office of the U.S. Embassy, Moscow, 2012. IBM PC CD-ROM.
3. Касьянова В.Г. Психологические основы формирования профессионально-коммуникативных иноязычных умений у студентов экономических специальностей вузов: дис... канд. псих.наук. М., 1995.
4. Соколова Л.Н., Сальная Л.К. Обучение английскому языку в технических вузах Ростовской области // Результаты исследований: материалы III Национальной конф. профессорско-преподавательского состава и науч. работников (конкурса науч.-техн. работ) студентов, аспирантов и молодых ученых вузов Ростовской обл.- Новочеркасск: ЮРГТУ(НПИ), 2017. - С.154-157.
5. Соколова Л.Н. Совершенствование подготовки технических специалистов с помощью новых технологий изучения потребностей иноязычного профессионально-делового общения // Известия Южного федерального университета. Педагогические науки. 2011. #10. С. 212- 217.

УДК 372.881.1, ББК 74.268.1

Н.С. Спиридонова, О.Ю. Харламова
Natalya Spiridonova, Olga Kharlamova
nataliasan@mail.ru
harlamovaolga@yandex.ru

**Методические аспекты использования фразеологизмов
при обучении домашнему чтению в вузе
Methodical aspects of the use of phraseological units
when teaching home reading at higher education institutions**

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

Практика обучения английскому языку студентов языковых специальностей показывает, что большинство студентов редко используют фразеологизмы в речи и испытывают трудности в их переводе. Это препятствует выполнению студентами важных коммуникативных задач и не позволяет им достичь аутентичного уровня владения иностранным языком. В методике обучения иностранному языку нерешёнными остаются вопросы: на каких предметах, в каком объёме и каким образом должна проводиться работа по обогащению речи студентов фразеологизмами. В данной статье изложены некоторые методические аспекты из опыта работы преподавателей вуза по расширению лексического запаса студентов посредством обучения фразеологизмам в ходе занятий по домашнему чтению.

Ключевые слова: домашнее чтение, лексический запас, литературное произведение, фразеологическая единица.

The practice of teaching English to students of language specialties shows that most students rarely use phraseological units in speech and experience difficulties in translating them. This prevents students from performing important communicative tasks and does not allow them to reach an authentic level in a foreign language acquisition. In the methodology of teaching a foreign language, questions remain unresolved: on what subjects, in what volume and how should work be done to enrich the students' speech with phraseological units. This article sets out some methodological aspects from the experience of university professors in expanding the vocabulary of students through teaching phraseological units during home reading classes.

Keywords: home reading, vocabulary, work of fiction, phraseological unit.

Фразеологизмы составляют значительную часть языковых явлений и требуют особого подхода в обучении иностранным языкам. Редким является случай, когда возможно передать их значение на родной язык, не прибегая к помощи словаря. Для специалиста в области иностранного языка необходимо умение грамотно перевести фразеологизм, чтобы добавить эмоционально-оценочное отношение, отсутствующее в нефразеологическом эквиваленте. Использование ФЕ диверсифицирует речь, а также служит для выполнения задач языковой экономии. В отличие от рассмотрения словосочетаний, при изучении фразеологизмов следует обращать внимание на состав их компонентов и их порядок; на значение каждого элемента, так как совокупность смыслов каждого из них не идентична значению фразеологизма в целом; на определенные ситуативные правила употребления ФЕ [1].

В данной статье перед авторами стоит цель расширения лексического запаса обучающихся с помощью фразеологизмов на материале художественной литературы в ходе занятий по предмету «домашнее чтение». Использование произведений художественной литературы для решения данной цели имеет свои преимущества:

- наличие контекста, в котором ситуативные правила употребления ФЕ ясны и усваиваются легко;

- широкие возможности использования ФЕ в речи при обсуждении литературного произведения.

При этом нельзя утверждать, что любое литературное произведение может служить «учебником» по фразеологии. При выборе материала следует руководствоваться следующими принципами:

- содержательная ценность - материал включает достаточно большое количество разных по тематике ФЕ, при этом они ровно распределяются по тексту;

- принадлежность ФЕ, стилистическому слою, который характерен для устной речи обучающихся, что стимулирует применение изученных ФЕ в последующей речевой практике;

- универсальность – материал может и должен служить основой для решения разных задач в соответствии с целями и задачами дисциплины;

- доступность – возможность легко найти текст литературного произведения.

Авторами был разработан алгоритм работы по расширению лексического запаса обучающихся с помощью фразеологизмов. Были учтены возраст, особенности мотивации обучающихся (2 курс, направление «Лингвистика»). В качестве материала выбран роман У.С. Моэма «Театр» (глава 14). Этапы работы:

- 1) Отбор фразеологизмов.

- а) Для изучения нами были отобраны 50 фразеологизмов, характеризующие внешность (*His body was just skin and bone.*), характер (*Tom's got his head screwed on his shoulders the right way*), профессиональную деятельность (*Both Julia and Michael had from the first been obsessed by the fear that he would go on the stage*), достаток (*You know I've got more money than I know what to do with*), взаимоотношения с другими персонажами (*When she was alone with him the time hung heavily on her hands*),

эмоциональное состояние (*Blast his eyes. No, I mustn't show I mind. Thank God, I can act.*), поступки (*She could have the pleasure of turning him out bag and baggage*).

б) Каждый обучаемый выбирает из списка 20 ФЕ, которые для него представляются наиболее интересными («индивидуальный фразеологический минимум»). Данные ФЕ заносятся в словарь, где указываются значения, особенности употребления, фразеологические и нефразеологические эквиваленты в русском и английском языках.

2) Распределение группы студентов на подгруппы, закрепление за каждой из подгрупп определенных заданий. Студентам предоставляются широкие возможности для проявления самостоятельности в обучении: они сами определяют, как решить задачи, поставленные перед ними в индивидуальных и коллективных заданиях, сами составляют и проводят на занятии различные задания по усвоению их коллегами по группе новых ФЕ. Включены задания по усвоению фразеологизмов как в контексте произведения, так и вне его. Чтобы употребление ФЕ не ограничивалось рамками занятий по домашнему чтению, важно сформировать установку на расширение запаса ФЕ.

При выборе романа «Театр» У.С. Моэма в качестве материала для домашнего чтения решаются следующие задачи: 1. расширение кругозора обучающихся в области понятий культуры страны изучаемого языка. 2. конкретная ситуативная обусловленность использования ФЕ, 3. расширение словарного запаса обучающихся. Изучение произведения художественной литературы дает возможность на занятии выразить эмоционально – оценочное отношение к прочитанному, что помогает усвоить контекст употребления фразеологизмов; усвоить большое количество лексических единиц, сгруппированных по «вертикальным» (область деятельности человека, например, медицинская тематика) и «горизонтальным» (межличностные отношения, например, любовь) темам [2]. Таким образом, решаются задачи не только лучшего усвоения ФЕ, но и коммуникативной направленности (обсуждение прочитанного, совершенствование использования лексических замен фразеологизмов), социокультурного знания, также важен и эстетический аспект чтения художественного произведения.

Литература:

1. М.Е. Яшина, Е.С. Панкратова. Художественная литература на уроке иностранного языка: современные подходы к обучению индивидуальному чтению//Сборники конференций НИЦ СОЦИОСФЕРА. 2014. #36. С.322-333.
2. Л. М. Васильев. Общие проблемы лингвистики: теория и методы. Уфа: РИЦ БашГУ, 2007.

Традиции и новации в образовании: возможность синтеза **Traditions and Innovations in Education: the Possibility of Synthesis**

Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна¹
Санкт-Петербургский государственный архитектурно-строительный университет²
St. Petersburg State University of Industrial Technologies and Design
Saint Petersburg State University of Architecture and Civil Engineering

Цифровая реальность стремительно распространяется и уверенно захватывает одну за другой важнейшие сферы человеческой жизни. Сегодня никого не удивляет активное проникновение высокоскоростных компьютерных технологий в образовательный процесс, особенно в его организацию и контроль. В обществе развернулась бурная дискуссия о специфике, роли и необходимости внедрения инноваций в образовательный процесс высшей школы, где велика опасность превращения образования в сферу услуг. Процесс образования - длительный и трудоемкий, требующий живого, непосредственного диалога преподавателя и студента. Особенно это касается специфики социально-гуманитарного знания, которое сопротивляется технологической формализации.

Ключевые слова: образование, компьютерные технологии, информатизация, формализация, Р. Луллий, М. Полани.

Digital reality is rapidly spreading and confidently captures one after another the most important areas of human life. Today, no one is surprised by the active penetration of high-speed computer technology in the educational process, especially in its organization and control. There was a heated discussion about the specifics, role and necessity of innovation in the educational process of higher education, where there is a great danger of turning education into a service sector. The process of education is long and time-consuming, requiring a lively, direct dialogue between the teacher and the student. This is especially true of the specifics of social and humanitarian knowledge, which resists strict technological formalization.

Keywords: education, computer technologies, Informatization, formalization, R. Lulli, M. Polani.

Образование является одной из важных сфер жизни современного общества. Во-первых, эффективно организованный образовательный процесс способствует подготовке молодых кадров как в науке, так и на производстве, тем самым обеспечивая преемственность поколений в системе разделения труда, которая составляет основу функционирования современного общества. Во-вторых, задачей образования является социализация, то есть, прежде всего, формирование мировоззрения и четкой жизненной позиции, без которой невозможно стать полноправным гражданином. Если значимость и необходимость образования является очевидным и всеми признаваемым фактом, то по поводу организации и осуществления образовательного процесса единого мнения не существует.

Между сторонниками традиций и новаций в образовании нет согласия. Представители традиционного подхода указывают на то, что существует веками сложившаяся система взаимодействия между учеником и учителем, между преподавателем и студентом, которая доказала свою эффективность. Представители новых форм образования говорят о том, что наука и техника развиваются, меняются социальные и экономические взаимодействия в обществе, формируются новые требования к специалистам, поэтому и система образования должна измениться, чтобы соответствовать современным реалиям. Нам представляется, что синтез традиционных и новых форм образования, сочетающий в себе положительные черты и тех и других,

является альтернативой крайностям традиционного и нового подхода к образовательному процессу.

К традиционной форме обучения имеет отношение система, где все занятия поделены на лекции и семинары, берущая свое начало в средневековых университетах. Лектор (в переводе с лат. – «чтец») читал трактат древнего или средневекового ученого, потом комментировал и объяснял. Спорные вопросы выносились на обсуждение, диспут, в котором принимали участия студенты. Семинар – это своеобразный аналог диспута, предполагающий активное участие студентов. Плюсом данной формы образования является непосредственное взаимодействие преподавателя и студента, когда студент может задать вопрос преподавателю и прояснить трудные для осмысления понятия той или иной концепции. В то же время – это и возможность преподавателя повлиять на формирование мировоззрения студента, помочь ему определиться со сферой профессиональной деятельности, увлечь или помочь осознать, что это не для него. Существенным минусом, особенно, если говорить о современном образовании, является то, что преподаватель выступает в качестве истины в последней инстанции, а студенты должны внимать и не подвергать сомнению слова лектора.

Новые формы образования, прежде всего, связаны с информатизацией и формализацией образовательного процесса. Развитие компьютерной техники открыло новые возможности для организации процесса обучения. Во-первых, стало развиваться дистанционное обучение, благодаря которому появилась возможность получать образование не только, не покидая родной город, но, даже не выходя из дома и подстраивать график обучения под собственные потребности и возможности. Во-вторых, появилась возможность формализации контроля знаний, полученных учащимся, при помощи тестирования. Студент проходит контрольный тест на компьютере и оценка, которую он получает, зависит не от преподавателя, а от количества правильных ответов, подсчитанных компьютером. Тем самым, исключается субъективность оценивания. В-третьих, система разработанных дистанционных курсов, ориентированных не на студентов данного вуза, а на тех, кто находится в состоянии выбора, выступает в качестве рекламы учебного заведения. В настоящее время существует несколько платформ, на которых осуществляется on-line-образование, например такие, как: Moodle, Coursera, Skyeng. Некоторые из них, в частности Coursera, позволяют не только выкладывать тексты лекций и тестовые задания, но и сопровождать лекции, соответствующим видео- и звуковым рядом.

Следует отметить, что формализация образования берет свое начало в «великом искусстве» Раймунда Луллия, который считал, что исследование реальности может быть сведено к комбинированию небольшого количества исходных аксиом, отражающих важные фрагменты реальности. Из этих аксиом можно вывести все остальные истины науки. Данный процесс носит объективный характер. То же самое мы наблюдаем и в современном образовании. Формализована не только, например, оценка знаний студентов, посредством тестирования, но и оценка профессионального уровня преподавателя производится по формальным критериям (количество опубликованных статей, индекс Хирша и т.д.). Содержание здесь не является главным

и это существенный недостаток современного образования. [3] Кроме того, не все знание может быть формализовано. Например, социально-гуманитарное знание имеет ограниченные возможности для формализации, в отличие от технического знания. Кроме того, попытка исключить субъективность из процесса образования, приводит к тому, что становится невозможным передача неявного знания, которое играет важную роль при овладении навыками, и, по мнению М. Полани, может быть получено только через личный опыт при непосредственном взаимодействии с преподавателем.

Следует стремиться к синтезу новых и традиционных форм обучения, разумно сочетая достижения информационных технологий и возможность непосредственного взаимодействия между преподавателем и студентами.

Литература:

1. М. Полани. Личностное знание. На пути к посткритической философии. Б., 1998.
2. В. Rzytka Ars magna. Die grosse Kunst des Raimund Lull. Modling bei Wien, 1960.
3. А. Очкина Образование как фиктивный капитал: кризис социальной значимости знания // Логос. 2018. #6(127). С. 105-130.

37.015, 37.014, 37.017.92, ББК 87.817

И.В. Сазина
Irina V. Sazina, era_vl@mail.ru

**Тотальность эстетики и стратегия «эстетики образования»
в условиях цифровой коммуникации**
**Totality of aesthetics and the strategy of “aesthetics of education” in digital
communication**

Кузбасская государственная педагогическая академия, Новокузнецк
Kuzbass state pedagogical Academy, Novokuznetsk

В условиях цифровой коммуникации многие важнейшие образовательные задачи, как общие, так частные и индивидуальные, находят свои решения в контекстах, обозначаемых понятием «эстетика образования». Цель статьи: аргументировать понимание «эстетики образования» и её роли как образовательной стратегии в новых условиях цифровой коммуникации. В общем смысле стратегия «эстетики образования» представлена в статье как эстетически целостная организованность условий, концепций и педагогических установок, принимаемых для действующих образовательных систем, процессов и процедур «образования человека». Эти установки складываются в контекстах таких понятий эстетики, как «образ» и «форма» (не сводимых лишь к поверхностным и внешним их значениям); практически-педагогическая деятельность понимается как организованность чувственно-ментальных реакций, поведения, ценностные структур сознания обучающихся. Стратегия «эстетики образования» концептуально направляет и процессы управления, и «точечные» педагогические процессы подготовки, обеспечивающей универсальность способностей: логическую культуру, творческий характер мышления и действий (способность к тонким и точным операциям мышления и практического действия), «эмоциональный интеллект», нравственную воспитанность и т.д. В статье подчёркивается отличие стратегии «эстетики образования» от известных теорий «эстетического воспитания».

Ключевые слова: стратегия, эстетика, образование, универсальные способности, цифровая коммуникация

Under the conditions of digital communication, many of the most important educational tasks both general and private, individual, find their solutions in contexts designated by the concept of "aesthetics of education" The purpose of the article: to give a reason for the understanding of the “aesthetics of education” and its role as an educational strategy in the new conditions of digital communication. In a general sense, the strategy of “aesthetics of education” is represented in the article as an aesthetically integral state of being organized for conditions, concepts and pedagogical settings adopted for the existing educational systems, processes and procedures of “human education”. These settings are formed in the contexts of such concepts of aesthetics as “image” and “form” (not reducible only to their superficial and external meanings); practical and

pedagogical activity is understood as a state of being organized for the sensory-mental reactions, behavior, value structures of students' consciousness. A strategy of "aesthetics of education" conceptually guides both management processes and "targeted" pedagogical training processes that ensure the universalism of abilities: logical culture, the creative nature of thinking and action (ability for subtle and precise operations of thinking and practical action), "emotional intelligence", moral good breeding, etc. The article emphasizes the difference between the strategy of "aesthetics of education" and the well-known theories of "aesthetic education".

Key words: strategy, aesthetics, education, universal abilities, digital communication

Новизна образовательных стратегий и парадигм, обусловленная сегодня цифровой коммуникацией и многообразными влияниями «искусственного интеллекта», несёт с собой ряд противоречий, существенных для постановки целей и получения результата образовательной деятельности. Одно из таких противоречий – перспектива и вызов «неопределённости», порождаемой запросами и спецификой рынка труда, диктующего необходимость чуть ли не постоянной, на протяжении всей жизни и карьеры человека, смены профессий. Ответом на это выступает «вариативность – как основа поиска и как способность к разработке разных вариантов развития» [1]. А также как возможность вариантов выбора, предоставляемых обучающими Интернет-платформами. В действительности этот вид цифровой коммуникации вряд ли снимает проблемы «неопределённости» для любой отдельной личности. Становясь одним из «ключевых вызовов» для новых поколений, «неопределённость» и в этой, цифровой, сфере обучения – только нарастает вместе с новыми техническими достижениями.

В этих условиях представляется важным определить: имеем ли мы дело только с «технически управляемой» и «экономически используемой» системой компьютерной коммуникации, с её собственно техническими и частными вопросами, – или же цифровая коммуникация есть полноценный участник поиска решений общей задачи «образования человека»? Одним из возможных ответов на ситуацию мы полагаем стратегию «эстетики образования».

Намерения угадать те или иные варианты (лики, схемы и др.) «неопределённости» уже приводят к проектированию множества различных видов (способов) обучения. И часто – вне официальных институций образования. Выстроенные по законам маркетинга, образовательные проекты (в том числе, обучение абсолютно любым знаниям и умениям: от работы с большими данными до кулинарии и завязывания шнурков) прочно срастаются с сетями, мессенджерами, цифровыми платформами обучения, с их стремительно меняющимися техническими характеристиками (когда бизнес-технологии разрабатываются уже не как способ взаимодействия с клиентами вообще, но предлагают алгоритмы, адекватные специфике данной определённой компании [2, с.99]).

Число различного рода бизнес-проектов on-line-школ, обучающих платформ (таких крупных, как Coursera или GetCourse, Яндекс.Практикум или Телеком) и приложений быстро растёт. Параллельно с on-line пространствами и в зависимости от них афишируются многообразные летние обучающие программы, бизнес-лагеря, фестивали, конкурсы, выставки, образовательные консалтинги, дополняющие и рекламирующие on-line обучение. В обучающей функции в Сети может выступить, по сути, любое приложение или тематич.сообщество (как и отдельный пользователь,

предложив обучить желающих, например, древнеегипетскому письму). Популярными становятся обучающие ресурсы «быстрого реагирования», помогающие оперативно получить ответы на вопросы какой-то локальной и даже «единичной», возникшей «здесь и сейчас», учебной ситуации (в решении математических задач, в поиске необходимых определений понятий и т.д., – как на znanije.ru).

Для складывающейся здесь коммуникации, в отношении образования очевидным представляется противоречие: между определяемой техническими возможностями практической ценностью обучения, с одной стороны, и известной фрагментарностью учебной коммуникации on-line (обучение на той или иной обучающей платформе рекламируется как возможность учиться «в любое удобное для вас» время, то есть, не систематически), с другой. Нельзя не согласиться и с тем, что, если в off-line обучении зависимость от техники не столь непосредственно очевидна, то в on-line коммуникации решение задач быстрого нахождения технических решений путём отыскания новых «алгоритмов» (способных ответить росту числа технических проблем обслуживания различных off-line компонентов обучения, в зависимости от того, например, идёт ли речь о лекции, тренинге или об отправке выполненных заданий на проверку и т.д.) приобретает чуть ли не большее значение, чем содержание и его усвоение пользователем. То есть, «техника» не просто выполняет «задание», но превращает сам процесс обучения в технический по преимуществу и по сути. Так, при запуске обучающими платформами настроек чат-ботов, даже обмен электронными письмами между преподавателем и студентом в учебных целях уже выглядит анахронизмом. Алгоритм преподаваемого материала становится более важным, чем сам материал. Конечно, это может способствовать познанию, определением которого является «вычисление символических представлений» [3, с.109]. Но поскольку это не единственное определение познания и мышления, вопрос оказывается сложнее. «Метафизический» смысл (понятное выражение его находим у Б. Хюбнера: «Мы знаем все больше и лучше о том, что обуславливает определенные действия людей, но все меньше и меньше о том, что должно быть за пределами обыденной жизни и сосуществования с другими людьми» [4]) не только неизбежен, но и оказывается необходимым. Добавим: для технической стороны учебной цифровой коммуникации «запредельным» выступает уже не только живой контакт с преподавателем, но и вся масса ценностно-смысловых структур человеческой коммуникации. Тех, что наполняют так называемое «ценностное образование», «moral education» (полнее всего они характеризуются, пожалуй, ещё и в сложных контекстах термина «диалог культур»).

Практическая постановка вопроса об этом, например, в таком виде: «исчерпывается ли сама идея образованного человека в целом функциональностью, обученностью или «подготовленностью» в какой-то узкой сфере?», – требует участия и философской эстетики. Выделив в этом знании область «эстетики образования», мы получаем возможность центрировать общие подходы к образованию в эпоху цифровой коммуникации, чтобы преодолеть его определённо намечающийся утилитаризм, фрагментарность и незавершённость по отношению к «образованию человека».

Эстетика, выступая в роли одного из «начал» образовательной стратегии способна взять «на себя» то, что ускользает от «практики» и «технологий», а именно, целостный образ искомого в процессах образования результата, – человека, «решившего стать образованным».

Благодаря такой стратегии, как «эстетика образования», самые сложные, и когнитивные, и духовно-нравственные стороны образования, как общественной потребности (не сводимые ни в техническом, ни в содержательном смысле лишь к удобству цифровой коммуникации), находят возможность «прорасти» и сохраниться в составе имеющихся образовательных институций. Это важно, поскольку самая «объёмная» часть образования, при всех новейших достижениях цифровой коммуникации, приходится на институционально организованную образовательную сферу. Смысл поиска образовательных парадигм и стратегий в направлении «эстетики образования» заключается в том, чтобы человек, столкнувшись с разнообразием предложений предметов и видов обучения, а также с необходимостью алгоритмизировать процессы получения знаний в соответствии с быстро меняющимися технологиями, – сумел заранее сформировать для себя: 1) соответствующую базу устойчивых ориентиров, развитых универсальных способностей, – как основы для успешной самостоятельной деятельности и карьеры, основы для творчества в новых условиях; 2) алгоритмы более высокого порядка, учитывающие не только сиюминутные потребности человека знаниях, необходимых в данной практической ситуации, но и самую потребность в знаниях и творчестве в целом.

Поиск таких алгоритмов приводит педагогов к необходимости формулировать «универсальные компетентности» [5].

То, что понятие о «человеке образованном» сегодня представляется утратившим своё центральное место в представлениях общества об образовании, это тоже «результат», – отсутствия адекватной образовательной стратегии. Той, которая могла бы предупредить разрыв между «технологией» и её полным и истинным смыслом для человека и культуры в целом. Именно эту проблематику позволяет комплексно представить общая стратегия «эстетики образования» (в принципе, на любом материале, включая и высоко-технологичный маркетинг on-line-школ). И не только потому, что эстетика включена в современное поле исследований эстетической науки как «прекрасная дисциплина для образования» (как отметил один из участников международной конференции «Границы, будущее и задачи эстетики» в Финляндии, 2018 г. [6]).

Наше утверждение состоит в том, что в новых условиях цифровой коммуникации «эстетика образования» в качестве стратегии способна выступить той установкой моделирования образовательных систем и процессов, которая по своему воздействию на образование будет не просто «дополнять», но и станет полем противостояния самым мощным воздействиям цифровой коммуникации и всеохватному влиянию «искусственного интеллекта» (как off-line, так и on-line).

Под термином «стратегия» мы понимаем здесь сознательно избираемый субъектом управления образованием комплекс влияний на целенаправленную работу системы – со стороны определённой совокупности идей и ключевых установок; предметом этого влияния становятся, как минимум, а) создание и запуск соответствующих образовательных моделей в данной системе, б) получение искомого результата. Предметом-системой при этом могут выступать: образование в целом на уровне всей страны (и тогда речь идёт о стратегии в образовательной политике государства, и примеры такой политики известны), системы общего или профессионального образования, управление каким-то региональным подразделением, непосредственное управление отдельным государственным учреждением образования: сетью школ, отдельной школой и т.д.

Стратегия «эстетики образования» представляется нам тем важным направлением сегодняшних поисков образовательных стратегий, которое способно прояснить, насколько по-новому универсальная образованность человека востребована в цифровом обществе, насколько не-поверхностным, не-формальным и не-частичным должно стать понимание образования и образованности человека на путях решения «бесконечной культуротворческой задачи», в новых условиях и перед лицом новых вызовов (определяемых влиянием искусственного интеллекта, законами цифровой коммуникации и т.д.).

Вопрос об основаниях такого утверждения достаточно сложен, вывод о них требует известных усилий и серьёзной работы. Попытки ответить на него были сделаны автором в 2009 году в монографии, посвящённой «эстетической парадигме образования» [7], где обобщался собственный скромный опыт создания новой школы, и была в общих чертах обозначена точка зрения на связь эстетики и образования (как в теории, так и в сложных лабиринтах «школьной повседневности»).

Хотя апелляции к эстетике и её «полезности» и сопровождаются известным скепсисом (вспомнить о нём заставила сегодня одна из недавних публикаций на Facebook страницы, посвящённой В. В. Бибихину; известный учёный сказал как-то: «Эстетика» относится к самым большим недоразумениям нашей «культуры»), в условиях возрастающего влияния цифровой коммуникации и «искусственного интеллекта», совершенно справедливо утверждается и насущность, и тотальность «эстетических форм»: «Современность характеризуется тотальностью эстетических форм, которые активно работают в политике и спорте, рекламе и шоу-бизнесе, в коммуникативном пространстве СМИ и Интернета, в организации массовых праздников, шествий, олимпиад и фестивалей», - пишет А. П. Валицкая [8], чей уникальный опыт концептуальной работы в эстетическом ключе для школы (имеется в виду получивший широкую известность с конца 90-х годов проект «Культуротворческая школа» [9, с. 13]) позволяет добавить в это перечисление подверженных влиянию эстетики общественных сфер также и образование в целом. И здесь рассмотрение образования как предмета стратегии «эстетика образования» (несмотря на весь «апостериорный», признанный в практике, опыт полезности «эстетики») не обходится без терминов «нонсенс», «проблема», «парадокс». Глубоко

справедливой представляется сегодня мысль: «эстетика – наука о прекрасном и бескорыстном любовании природой и искусством – оказалась «чужой» в этом прагматичном и жестоком мире конкуренции, пользы и денег, она ушла (не по собственной воле!) из образовательных программ высшей и средней школы. Без нее человек оказался безоружным, дезориентированным в хаосе информации, не способным различить манипулятивную агрессию идеологических воззваний, работающих на интуитивно-чувственном («пред-сознание») уровне в облике прекрасных, возвышенных, трагических целей» [8].

Подчеркнём, что именно в образовании действие «эстетики» сильно отличается от действия эстетики-«клеястера», принятой в политике или социо-культурных пространствах (известен ряд постмодернистских теорий связи эстетики и политики). Главной в образовании, интерпретируемой эстетикой, остаётся задача развития универсальных способностей – всем комплексом образовательных процедур и педагогических действий.

Полагаем, вариантом «ухода» эстетики из образования, является подмена эстетического сознания как способности человека к целостному взгляду на мир – сосредоточенностью лишь на «узком» понимании возможностей эстетики для образования (например, такова подмена целостных задач воспитания хаотичным и широко распространённым внедрением различных практик художественной самодеятельности).

Способность образовательных моделей, выстроенных в эстетической парадигме, к порождению практик, адекватных современной проблематике цифровой коммуникации и «искусственного интеллекта», делает их неустранимым «посредником» и адекватным «инструментом» осуществления стратегии «эстетики образования».

Утрата связи образования с абстракцией универсальности человеческого существа (деятельности и её «продукта»), ведёт к обеднению практик эстетического воспитания. Это неизбежно порождало и порождает «частичность» практически «применимых» способностей индивида. Вот почему представляется необходимым вновь продумать «эстетику образования», теперь уже как стратегию в обществе цифровой коммуникации, и вместе с этим ответить на вопрос, почему в решении образовательных задач в условиях цифровой коммуникации эстетика необходима: и как установка практики, и как теоретическая конструкция, и как философско-эстетическая рефлексия.

Сознательная постановка «эстетики образования» в начало любой образовательной деятельности в качестве общей стратегии – в целом отвечает абстрактным представлениям о человеческой целостности и свободе, обеспечивая соответствие им практической работы по сохранению человеческого начала в человеке, его целостной, био-психической и социо-культурной основы (и позволяет противостоять идеям транс– и пост– гуманизма).

Как показывают исследования отечественных и зарубежных коллег [10; 11; 12], цифровой мир уже создал «цифрового человека», и, соответственно, новую

«феноменологию» его отношений с человеком, обживающим этот новый мир, строящим новые отношения между телесностью и ментальностью, ощущениями и чувствами человека, с одной стороны, и культурой, с другой. Новое поколение «миллениалов» авторы исследований представляют как некий человеко-машинный гибрид, уже бесповоротно трансформированный в своих телесных и ментальных привычках, интуиции и т.д. – именно за счёт масс-медиа (цифровой коммуникации). Так, К. Redwell [11] отмечает, что эти люди могут манипулировать многообразной информацией, но не понимают её, не будучи способными ни интегрировать, ни синтезировать её. Ведь возможности цифровой коммуникации позволяют не заботиться ни о знании, ни о запоминании, так как есть Интернет и социальные сети. При этом способность интуиции важна новому поколению не меньше, чем способность алгоритмизированного мышления. Интуиция – это одна из характеристик эстетического сознания, корреспондирующая с алгоритмизированным мышлением. С учётом этого необходимо осознание насущности для человека подготовиться к своему «цифровому будущему» [11]. В терминах эстетики «прочитываются» отношения «тела» и «культуры», утверждается, что сама телесность настолько многообразно конфигурируется мульти-сенсорными «девайсами», что ей в условиях цифровой коммуникации попросту предрекается исчезновение. Сами «вычислительные» практики так или иначе апеллируют к культурным ценностям: воспроизводят и вновь интерпретируют, воссоединяют с современной культурой классические тексты, демонстрируют способность не только копировать известное (традиции культуры, мышления и т.д.), но и передавать «невыразимое», осваивают новые идеи, образы, слова, ощущения, чувства и способы экспрессии (об этом можно прочесть у E. Kerruish [12] со ссылкой на ряд авторов и электронных ресурсов). Грозит ли это новым исчезновением эстетики, или, всё же, эстетика способна выступить способом сохранения реальной, а не виртуальной «телесности»?

Стратегия «эстетики образования» выступает надёжным заделом и импульсом для того, чтобы сосредоточить образовательный процесс на развитии универсальных способностей личности и добиться тех результатов, которые становятся условием точности мышления и действия (в качестве важных составляющих «мета-компетенций»), при сохранении объёма духовно-нравственного вклада образования в развитие человека, личности ребёнка. Это важно, когда речь идёт об общеобразовательной школе, и школе профессиональной, средней или высшей (об «эстетической парадигме образования» и профессионализме специалиста гам приходилось писать недавно, см. [13]).

Обще-стратегическая функция «эстетики образования» в этих отношениях определяется как уравнивание «неопределённости»: а) в комплексе педагогических задач по систематическому развитию у личности универсальных способностей, навыков и умений; б) в индивидуальности эстетического чувства, в его сочетаемости с многообразием форм жизни; в) в приведении к целостности бесконечно разнообразных форм мира природы и культуры. В этом смысле именно стратегия «эстетики образования» даёт подготовке к большинству новых профессий

необходимые основания. Собственно «инструментом» здесь выступает построение соответствующей образовательной модели.

Говоря об «эстетике образования», важно отличать её также от известных отечественной школе советского периода теорий «эстетического воспитания». И не только из-за разницы в терминологии. Не различая их, большинство образовательных практик продолжают сегодня ставить воспитательные задачи так же, как они ставились в рамках просветительского культурно-образовательного типа, сменяющегося сегодня новым культурным типом (предполагающим многообразие, диалог, неопределённость, многообразие и т.д.). Свежий пример в этом смысле: доклад одного из создателей финской школьной образовательной системы, профессора Гарвардского университета и университета Нового Южного Уэльса в Сиднее, на Конференции EdCrunch-2019, Паси Сальберга [14]. Здесь в качестве *средства* улучшения школы предлагается (наряду с тем, чтобы совершенствовать подготовку учителей) «гармонично (курсив мой – И.С.) развивать личность учащегося (музыка, физкультура, театр, коммуникативные навыки)». Да, здесь такая общая эстетическая категория, как «гармония» присутствует. Но – лишь в «частичном» виде. Хотя уже одно то, что ставят цель развивать не гаджетами (эксперт отмечает, что финская школа, которую так хвалят и которая даёт хорошие показатели в мировых рейтингах, отнюдь не «передовик» по использованию цифровых технологий), позволяет надеяться, что развитие способностей детей сохранит связь «эмоционального интеллекта ребёнка» с чувственно данным миром. Суть дела заключается в преодолении «частичности» понимания эстетики в отношении образования, – в по-новому заявляющей о себе (в условиях цифровой коммуникации) тотальности эстетики.

При условии адекватной времени и его «вызовам» концептуальной проработки, стратегия «эстетики образования» могла бы «собрать» вместе множество отдельных инициатив и энтузиастов, педагогов-профессионалов, чтобы стать масштабным проектом для объединения разных школ, коллективы которых разделяют принципы «эстетики образования», понимают её действительную широкую, теоретическую и практическую, значимость. Отечественная школа и педагогическая теория имеют прекрасный задел серьёзных, концептуально очень хорошо выстроенных проектов, в сущности, апеллирующих к стратегической значимости эстетики для «образования человека». Таким актуальным проектом (наряду с целым рядом других) нам представляется психолого-педагогическая работа А. А. Мелик-Пашаева, включающая продолжение выпуска журнала «Искусство в школе», активно утверждающая основное значение эстетического воспитания и для каждого ребёнка, и для ребёнка одарённого. Предлагаемая этим учёным концепция развития одарённости представляется ценной именно в связи с пониманием обще-эстетического развития как нормы в психическом развитии каждого ребёнка, с тем, как здесь подчёркивается важность воспитания чувственных восприятий в условиях дефицита эмоционального развития, эмоционального интеллекта, творчества; утверждается, что когда есть только компьютер, у детей сокращается опыт взаимодействия с миром, теряется телесный образ (цветовой, музыкальный и т.д.) мира. Вариативность, создаваемая и

поддерживаемая цифровой коммуникацией, не компенсирует этой потери, поскольку образы именно реального, а не виртуального мира, являются настоящим и единственным условием творческого воображения. Тогда как без развития эмоциональной сферы возникает угроза потери смысла жизни, саморазрушения и т.д.; наконец, в отношении собственно одарённости ребёнка и ярко выраженной склонности его к отдельным видам художественного творчества, утверждается её зависимость от педагогического опыта (единственно позволяющего не навредить, но суметь распознать, что ребёнок хочет высказать, что побуждает его творить по-настоящему). Кратко и точно всё это передаёт видео-запись выступления учёного [15].

Сказанное об «эстетике образования» позволяет заключить:

1. Наличие эстетических характеристик различных видов цифровой коммуникации создаёт новую тотальность эстетики, открывая проблемное поле эстетических восприятий и отношений человека уже не одному, а к двум мирам – реальному и виртуальному. Имея своё значение в образовании, этот факт делает необходимым изучение того, в какой мере «эстетика образования» в качестве образовательной стратегии становится и следствием, и ответом на вызовы меняющегося мира и образовательные потребности человека.

2. В цифровой коммуникации стратегия «эстетики образования» позволяет точнее определить педагогическую задачу – дозировать, направлять навигацию в разнообразных ресурсах и Интернет-сообществах; пробуждать способность не только комбинировать самые различные смысловые и физические пространства, но и на основе полноценного эстетического восприятия осмысливать их, самостоятельно формировать собственное жизненное пространство, осмысленно воспринимать виртуальный контакт с эстетическим объектом в учебном опыте. С этой точки зрения необходимо изучить роль стратегии «эстетики образования» в активной поддержке идеи «образа» человека, его личностного роста.

3. Кратко и схематично представляя стратегию «эстетики образования» с точки зрения многообразных педагогических практик, мы можем определить её как установку, «распределяемую» в практике по основным рядам педагогических действий (не только в теории, дидактике, но и в более широком спектре реальных образовательных процедур), – как производную от понятия формы, предполагающей гармонию/дисгармонию части и целого. Сформированный в контекстах этого понятия, эстетически переосмысленный опыт передаётся, переосмысливается, становится частью внутреннего мира, помогает расставить акценты в коммуникации «off-line», обогащает цифровую коммуникацию.

И, наконец, общий вывод. В актуальном смысле «неопределённости» как вызова – именно стратегия «эстетики образования», соответствующие ей модели, установки и принципы, на систематической основе открывают для устойчивых образовательных институций достаточно широкий спектр возможностей подготовки человека к меняющимся условиям жизни.

Участие философии в оформлении стратегии «эстетики образования» (проектировании образовательных моделей на её основе) есть возможность увидеть с

позиций достаточно широких подходов (онтологической, гносеологической, аксиологической, коммуникационной точек зрения): не только проблемы «эстетики» и «образования» в их отдельности, но и необходимость построения целостной стратегии «эстетики образования».

Литература:

1. Открытое интервью в центре «Благосфера» с А. Г. Асмоловым. Электронный ресурс ActivityEdu, 22 февраля 2019 г. <https://activityedu.ru/Blogs/blog/aleksandr-asmolov-shkola-eto-mesto-dogovora-mezhdurukoleniyami/?fbclid=IwAR3x1vv2FqSPyaljw1UVxLJmcM2Yozgmzt-z8saqa1qmtMmaqeHNXarUG7k/>
2. Карвицкая Г. В. Взаимодействие с клиентами: теория и практика маркетинговой деятельности // Вестник Рязанского государственного университета им. С.А. Есенина. № 1 (38). 2013. С. 99-109.
3. Кузнецов В. Г. Парадигмальный анализ теории искусственного интеллекта // Труды Всероссийской междисциплинарной конференции... 17-18 марта 2016 г., философский факультет МГУ им. М. В. Ломоносова, г. Москва / Под ред. В. А. Лекторского, Д. И. Дубровского, А. Ю. Алексева (Сер.: Философия искусственного интеллекта). М. ИИнтелл, 2017. – 340 с. – С.108–127
4. Хюбнер Б. Произвольный этос и принудительность эстетики. Пер. с нем. Минск: ПроPILEI, 2000. 150 с. Электронный ресурс: <http://yanko.lib.ru/books/philosoph/hubner.htm>
5. Фруммин И., Добрякова М., Баранников К., Реморенко И. Универсальные компетентности и новая грамотность: чему учить сегодня для успеха завтра. Предварительные выводы международного доклада о тенденциях трансформации школьного образования. Серия «Современная аналитика образования». № 2 (19). 2018. Электронный ресурс <http://dx.doi.org/10.15405/epsbs.2018.12.02.149>
6. Куренкова, Р.А., Семенович, А.В. Границы, будущее и задачи эстетики (Обзор международной научной конференции). Вопросы философии №12, 2018, с.220-222. DOI: 10.31857/S004287440002604-9
7. Сазина, И. В. ЭПО: Введение в постановку проблемы. Саратов: Научная книга. 2009. 233 с. С. 130-176.
8. Валицкая А. П. Актуальность эстетического и проблема познания // Общество. Среда. Развитие. Санкт-Петербург, 2016. № 3 (40). - С. 37-40. Электронный ресурс: <https://cyberleninka.ru/article/n/aktualnost-esteticheskogo-i-problema-soznaniya>
9. Валицкая А. П. Культуротворческая школа: концепция и модель образовательного процесса // Педагогика. №4, 1998. с. 12 - 18.
10. Pedwell, Carolyn 'Digital tendencies: intuition, algorithmic thought and new social movements'. Culture, Theory and Critique. 2019. DOI: 10.1080/14735784.2019.1579658
11. Kerruish E. Culture in multisensory computing: dividing the body for a digital future // Journal for Cultural Research, 2019. DOI: 10.1080/14797585.2019.1585129
12. Хайдарова, Г.В. Культурная практика: проблема воспроизводства в цифровой среде // Гуманитарий : актуальные проблемы гуманитарной науки и образования. № 4 (17). 2017. DOI: 10.15507/2078-9823.040.017.201704.073-081
13. Sazina I. V. Aesthetical educational paradigm of a specialist of the future // 18th PCSF Professional Culture of the Specialist of the Future. 2018. The European Proceedings of Social & Behavioural Sciences. <https://dx.doi.org/10.15405/epsbs.2018.12.02.149>
14. Почему уволят директора школы, который пойдет по финскому пути. Электронный ресурс: портал ActivityEdu. 9 октября 2019 г. https://activityedu.ru/Blogs/international/pochemu-uvolyat-direktora-shkoly-kotoryu-poydet-po-finskomu-puti/?utm_campaign=weekly-article&utm_source=sendpulse&utm_medium=email&spush=ZXJhX3ZsQG1haWwucnU
15. Мелик-Пашаев А. А. Приглашение на курс «Диагностика творческой одарённости ребёнка. Художественно-творческая одарённость». Видео-запись выступления 16 июля 2019 г. Электронный ресурс: https://www.youtube.com/watch?v=8Jjp3ZuglNE&fbclid=IwAR0go_U3jklROwfk2SEm0XYhVCZQPoI9m6QDGRjITpeneyQz1bxrvWIp2kg

Доступность развивающих интернет – игр для детей до 3-4 лет The access of educational Internet games for children up to 3-4 years

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

Актуальность исследования вызвана развитием компьютерных технологий и ее использованием в образовательных целях. В результате чего возникает необходимость наполнить и использовать интернет- среду с пользой для развития подрастающего поколения. В данном исследовании был проведен анализ 100 развивающих интернет- игр для детей до 3-4 лет. Определены критерии анализа развивающих интернет- игр для детей до 3-4 лет. Полученные результаты исследования показали, что доступность самостоятельной игровой деятельности имеется лишь у 38% интернет –игр из 100 рассмотренных, в остальных, 62% требуется помощь взрослого.

Ключевые слова: игра, развивающие интернет – игры, критерии доступности, языковой интерфейс, уровни сложности игры, подсказки, пояснение заданий, ограничения, поэтапность.

The relevance of the study is caused by the development of computer technology and its use for educational purposes. As a result, there is a need to fill and use the Internet environment with benefits for the development of the younger generation. In this study, we analyzed 100 educational Internet games for children up to 3-4 years. Criteria for the analysis of educational Internet games for children under 3-4 years are defined. The results of the study showed that the availability of self-play activity is available only in 38% of Internet games out of 100 considered, in the rest, 62% require the help of an adult.

Keywords: game, educational Internet games, accessibility criteria, language interface, game difficulty levels, hints, explanation of tasks, restrictions, phasing.

Актуальность проблемы определяется тем, что игра выступает важным условием развития ребенка. Именно игра и ее содержание способствует познанию ребенком окружающего мира, мира предметов, их формы, цвета, величины, приобретает ориентировку в социуме [3и;7и]. Тем самым обеспечивает развитие ребенка и его личностных качеств, а также вызывает положительные эмоции и интерес, вовлекая детей в игру [4;6].

Игра занимает все более значимое место в современном мире из-за роста увлечения компьютерными играми по всему миру [1]. И развитие информационных технологий привело к тому, что развивающие игры стали переводиться в интернет, в онлайн формат. В тоже время увлечение играми с самого маленького возраста вызывает насторожённость исследователей [2, с.45]. Но так как это современная тенденция, и ее не остановить, возникает необходимость проанализировать развивающие интернет-игры для детей до 3-4 лет и определить, удобна ли и доступна игровая деятельность в них для детей этого возраста.

Цель исследования: определить доступность игровой деятельности для детей 3-4 лет в развивающих интернет- играх.

Исходя из поставленной цели, были определены следующие задачи:

- определить критерии анализа развивающих интернет - игр для детей до 3-4 лет;
- проанализировать интернет-ресурсы, содержащих 100 развивающих игр в онлайн-формате для детей до 3-4 лет;
- провести анализ развивающих интернет - игр для детей до 3-4 лет по выбранным критериям и сделать выводы;

- обобщить полученные результаты исследования.

Как показал анализ литературы, игра обладает большими возможностями в развитии детей 3-4 лет. В игре важен не только процесс, но и интересное и понятное ее оформление. И как показывает практика оформление игры является ключевым моментом в интернет- играх для детей 3-4 лет, т.к. от этого во многом зависит доступность игровой деятельности [5].

Развивающие игры – это игры, в процессе которых происходит развитие или усовершенствование умений и навыков и связаны они с ранним детством. Обеспечивают полноценное развитие личности, соединяя внутренние и внешние действия, эмоциональную и познавательную сферы личности. Обладают возможностями для познавательного, творческого, художественного, музыкального развития личности [7]. В основе развития этих процессов лежит развитие моторики руки, без которой не обходится ни одна традиционная игра, в которой ребенок совершает десяток разнообразных действий. Чего нельзя, казалось бы, сказать об интернет – играх, где ребенок выполняет ограниченное количество действий – перемещение компьютерной мышки и нажатие нескольких клавиш. О каком развитии моторики руки может идти речь? Однако, как утверждают разработчики интернет-игр для детей, моторика руки ребенка будет активно развиваться, если интернет-игра расположена на мобильных устройствах: телефонах или планшетах, то есть там, где ребенок напрямую включается в игру, задействовав пальцы собственной руки, а не посредников – компьютерной мышки или клавиш. Уровень развития современного общества и технологий позволяет использовать мобильные устройства для развития детей, предоставляя доступ к интернет-играм. Изучение более 100 интернет – игр для детей до 3-4 лет показал, что все изученные интернет-игры либо могут устанавливаться на мобильные устройства в виде приложений, либо, если есть доступ к сети Интернет, игра запускается и с телефона (или планшета) [1-15и].

Анализ развивающих интернет-игр для детей 3-4 лет выявил наличие трудностей в осуществлении игровой деятельности детьми этого возраста. Это определило выбор критериев анализа развивающих интернет –игр для детей до 3-4 лет. В качестве первого критерия доступности развивающих интернет-игр выступает интерфейс – русскоязычный и англоязычный, соотношение которых составляет 72% [2-5и;7и;8и;10и;11и;14и;15и] и 21% [1и;6и;9и;12и;13и], и остальные 7 % [1и;13и] интернет-игр без какого-либо словесного, письменного или устного, сопровождения. Интернет – игры либо с голосовым сопровождением на английском языке хороши для тех детей, изучающих этот язык, но не как не для тех, кто его не знает. Либо в интернет-играх присутствуют надписи на английском, что также вызывает затруднения, если, конечно, ребенок к 3-4 годам не научился читать на этом языке. Этот факт выступает ограничителем в использовании таких игр детьми, т.к. даже помощь взрослого не всегда возможна, не все взрослые владеют английским языком. Для взрослого, не знающего английский язык, может стать подспорьем в решении этого вопроса – онлайн переводчики, но это создает определенные неудобства, что вероятно приведет к выходу из такой интернет-игры.

Вторым критерием является пояснения заданий в интернет -играх: голосовое (47%) [1-4и;6и;7и;13и;14и] или написанное - 59 % [1-5и;7-13и;15и], из которых 6% [1-4и;7и;13и] совмещают голосовое и письменное пояснения заданий, что увеличивает доступность для детей. Интернет-игры с голосовым пояснением необходимых действий в ходе игры повышает доступность игровой деятельности для детей, при условии, что ребенок уже имеет представления о цвете, форме, размере предметов. Игры с письменным пояснением заданий вызывают затруднения у детей 3-4 лет по той причине, что не велико число детей умеющих читать, поэтому они нуждаются в помощи взрослого. Этот факт делает менее доступной интернет-игру для малышей. Снижается доступность развивающих интернет –игр для детей 3-4 лет и тем, что перед ребенком ставится задача или вопрос, дается пояснение, что нужно сделать, но при этом не называется предмет с которым ребенку предстоит совершить действия. Если ребенок не знаком с ним, то выполнение может быть затруднено и будет нужна помощь взрослого [1-15и].

Следующий критерий - наличие подсказок в интернет-играх для детей 3-4 лет. Таких игр – 47 % [1-4и;6и;7и;9и;12-15и]. Подсказки представлены в нескольких вариантах: либо в виде прорисованных на заднем плане картинок, что нужно собрать или раскрасить, либо в виде прорисованной последовательности действий, что нужно сделать, чтобы выполнить задания, либо в виде пояснений функций инструментов в игре, либо в виде озвучки ошибки при неправильном выполненных действий. Эти возможности интернет-игр повышают доступность этих игр.

В качестве четвертого критерия анализа развивающих интернет-игр был определен критерий- выбор уровня сложности игры. Таких игр из рассмотренных - 13% [1и;6и;9и;12и;13и]. В играх представлены уровни сложности: простой, средний, сложной. Такой подход повышает доступность игры, т.к. ребенок имеет возможность начать игру с простого уровня и постепенно переходить к более сложным действиям. Но с другой стороны, если ребенок самостоятельно не умеет читать, то наличие нескольких уровней в игре может вызвать у него некоторые затруднения, если он начнет играть со сложного уровня и ребенку потребуется помощь взрослого.

Следующий критерий – это ограничения выполнения действий в игре, и как показал анализ, таких интернет-игр 69% [3и;6-10и;12и;13и;15и] из проанализированных. При этом нужно отметить, что ограничения идут по нескольким направлениям: по количеству попыток, по времени, шаблону. Развивающие интернет –игры предоставляют ребенку ограниченное количество попыток выполнить действия (5 %) [1и;7и;15и], что усложняет игровую деятельность ребенка, и тем самым, снижается в некоторой степени доступность игры. С одной стороны, такие ограничения могут, как мотивировать ребенка на серьезность и внимательность выполнения действий, а с другой стороны – демотивировать, если ребенок 3-4 лет не готов к такому подходу в игре.

Ограничения выполнения действий в интернет-игре для детей 3-4 лет по времени (таких игр 8 %) [1и;9и;12и;15и] также усложняет игровую деятельность, тем самым снижая доступность. Включенный таймер в игре отвлекает ребенка, мешает ему

понять, что нужно делать. Что, соответственно, может выступить демотиватором для ребенка 3-4 лет, снизив интерес к игре.

Развивающие интернет-игры для детей до 3-4 лет с ограничениями выполнения действий по шаблону (56 %) [2-5и;6и;8и;11-15и] с одной стороны, повышают доступность и удобство, не понадобятся помощь взрослого. Так как ребенок лишается возможности совершить неправильные действия, и игра будет продолжаться только в том случае, когда ребенок выполнит правильный выбор или действие. Но с другой стороны, такие игры не дают возможности ребенку пофантазировать. Например, ребенку предлагается собрать пирамидку, и ребенок может собрать только в правильной последовательности. С одной стороны, это хорошо. Ребенок усваивает комплекс правильных действий и усваивает логическую цепочку размеров, но с другой стороны, он лишен возможности не только поэкспериментировать с кругами, но и осознать, самостоятельно прийти к выводу, что пирамидка должна собираться именно в такой последовательности и никак иначе. Считаем это недостатком, т.к. речь идет о развивающих играх, а в этом случае – усвоение определенного шаблона, алгоритма действий.

В качестве следующего критерия анализа развивающих интернет-игр для детей 3-4 лет определяем поэтапность, последовательность действий при выполнении игровых деятельности. Таких интернет –игр из проанализированных – 64% [1-4и;6-9и;12и;13и;15и]. В таких интернет-играх представлена определенная последовательность действий, которую невозможно нарушить. Это повышает доступность игры для ребенка 3-4 лет. Соблюдая последовательность или поэтапность, ребенок всегда пройдет игру, не прибегая к помощи взрослого и получая правильный результат.

Последний выделенный критерий – похвала по завершению прохождения интернет-игры ребенком 3-4 лет. Таких интернет- игр 81% [2-5и;7и;8и;10и;11и;14и;15и] от общего числа проанализированных интернет-игр для детей 3-4 лет. Письменная похвала требует от ребенка умения читать, что несколько снижает доступность. Похвала же, прозвучавшая в конце игры, означает, что ребенок сделал все правильно, а значит, для него выполнение заданий было доступно, что в дальнейшем способствует и повышает уверенность в собственных силах. И ребенок с удовольствием может продолжить игру или перейти на более сложный уровень.

Таким образом, анализ развивающих интернет –игр для детей до 3-4 лет показал, что удобство и доступность по выбранным критериям прослеживается не у всех игр, в 62% [1-15и] интернет-игр ребенку в той или иной мере потребуются помощь взрослого. Этому есть несколько причин. Либо интернет- игры содержат несколько уровней, либо интернет-игры содержат письменные пояснения, а для этого ребенку 3-4 лет нужно уметь читать, либо интернет- игры на английском языке, что требует от ребенка знание этого языка, либо в игре присутствуют ограничения по количеству попыток и по времени, что способствует необходимости обращения ребенка за помощью к взрослому. Также стоит отметить, что необходимость обращения ребенка за помощью

к взрослому может зависеть и от уровня развития и готовности самого ребенка к интернет-играм.

Проведенный анализ развивающих интернет-игр для детей 3-4 лет показал, что эти игры ориентированы на детей более старшего дошкольного возраста по вышеперечисленным причинам. В 62 интернет-играх из рассмотренных 100, по двум и более выделенным критериям ребенку требуется помощь взрослого, что существенно ограничивает доступность игровой деятельности для детей 3-4 лет. Разработчиками интернет-игр, к сожалению, как показал проведенный анализ, не учитываются особенности развития малышей, делая эти игры менее доступными в самостоятельном использовании детьми этого возраста.

Литература:

1. Быльева Д.С. Лобатюк В.В. Игра в современном мире: социально-философский анализ // Научно-технические ведомости СПбГПУ. Гуманитарные и общественные науки. 2019. (в печати)
2. 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.
3. Волков Б.С. Волкова Н.В. Детская психология: от рождения до школы. URL:: <http://book-online.com.ua/read.php?book=4191> (дата обращения 04.04.2019)
4. Карабанова О.А. Возрастная психология : конспект лекций. URL: www.psyoffice.ru/3808-karabanova-olga-aleksandrovna.-vozrastnaja.html (дата обращения 04.04.2019)
5. Мухина В.С. Детская психология. / Под ред. Л. А. Венгера. - М. : Просвещение, 1985. - 272 с.
6. Урунтаева Г.А. Дошкольная психология. М.: Издательский центр «Академия», 2001. 336 с.
7. Эльконин Д. Б. Психология игры. М.: Гум.изд.центр ВЛАДОС, 1999. 360 с.

Сайты онлайн-игр :

- 1и. Мультыигры URL:: <http://multoigri.ru>. (дата обращения 08.04.2019)
- 2и. Развивающие игры и занятия для детей 2 лет URL: <https://iqsha.ru/upr/azhneniya/2-goda/>.(дата обращения 08.04.2019)
- 3и. Играемся URL: <https://www.igraemsa.ru/> (дата обращения 08.04.2019)
- 4и. Игроутка. Игры для малышей и для самых маленьких URL: <https://igrouotka.net/dlya-malyshey/> (дата обращения 07.04.2019)
- 5и. Детские радости. Игры для детей до 3-х лет. URL: <https://detskieradosti.ru/stuff/18>. (дата обращения 07.04.2019)
- 6и. ИгрыДетей.Рф. Игры для малышей URL: <http://xn--c1acalk9bs2f.xn--p1ai/igry-dlya-malyshej>. (дата обращения 07.04.2019)
- 7и. Детский портал Чудо Юдо URL: <https://chudo-udo.info/> (дата обращения 08.04.2019)
- 8и. Игры для детей . URL:: <http://igri-dlya-detey.ru/>(дата обращения 08.04.2019)
- 9и. Игры онлайн и бесплатно URL: <http://igraz.ru/>(дата обращения 08.04.2019)
- 10и. Игры для детей URL: <http://www.game-game.com.ua/forchildren/>(дата обращения 08.04.2019)
- 11и. Развивающие игры для детей для 1 года URL: <http://onlineguru.ru/educational/1-year/>(дата обращения 08.04.2019)
- 12и. Игры для детей 2 лет URL: <http://igrulez.net/detskie-igri/detskie-2-goda>. (дата обращения 09.04.2019)
- 13и. Детские игры онлайн. Игры для малышей URL: <http://igraem.pro/igry-dlya-malyshej/>(дата обращения 09.04.2019)
- 14и. Для родителей и тех, кто только планирует ими стать. Детские игры URL: <http://mumskids.ru/gamea>. (дата обращения 09.04.2019)
- 15и. Букашка. Детские игры онлайн URL: <http://bukashka.by/detskie-igry-onlayn/> (дата обращения 09.04.2019)

CONTENTS

	Стр.
PROGRAM COMMITTEE	5
PLENARY REPORT	6
Boris Isaev, Irina Ignatyeva. Characteristic features of post-industrial society according to D. Bell and their implementation in modern information societies	6
Andrey Fomin. Ideas on the morphology of political culture	8
Elena Osipova. Public Relations in the transformation of a knowledge society into a society of understanding	18
L. Mureyko. Mediareality: an activist approach	22
Vladimir I. Ignatyev. Human in interactions with artificial intelligence: communications or social interactions?	26
Galina Lola. Communication in design practice: search for new formats	33
I. Suleimenov, A. Masalimova, Z. Tasbulatova, G. Mun. Dissatisfaction with education and the growth of protest moods of young people in the era of information society: the degree of responsibility of the University	37
Section 1. Information Society: philosophy, technology, politics	
Mikhail Buralkin, Svetlana Chernenkaya. Digital hermeneutics	43
Elena Pozdeeva. The Role of Science and Expertise in the Digital Society	45
Elena Besedina, Aleksei Michurin. Information Society in the conditions of the scientific and technological revolution of the XX - beginning of the XXI century	48
Eleonora Barkova. The marriage between man and robot as a problem of communication	50
Olga Garanina. Computer euphoria: how to keep faith in the power of information technologies?	52
Alexander Prischepa. The information environment and the scientific and technical society in Leningrad of the 60s of the 20th century	56
Nikolay Filin, Rayhana Bulatova. Technological aspects of the coordinated development of the university and the business community	59
Anastasia Yarmak. The role of epistemology in the philosophy of artificial intelligence	62
Natalya Lomakina. Rationality in the knowledge society: tasks, prospects	63
Vladislav Malyshev. Authenticity of Language and Chimerical Image: On the Parallax of Media Reality	68
Olga Ignatjeva, Alexander Pletnev. Supernova Digital Public Governance Trends	69
Alexander A. Lvov. Methodological Communication as Interdisciplinary Symbiosis (through the Examples of Existential-Phenomenological Tradition in Philosophy and Psychiatry)	72
Elena Papchenko. Contradictions and technological risks in the information society	73
Olga Zhucova, Vladimir Zhucov. On some aspects of moral relations in the age of the information society	75
Hermes Varini. Quantum of Power and Superhuman Body	77
Nadezhda Kvaschenko. The specifics of the concept of "infosphere" in modern philosophical thought	85
Tatiana Sivolap, Valentina Terekhova. Role of cultural and cognitive tourism in the information society	88
Olga Vlasova. Historical and philosophical communication in the information culture	90
Leonid Petryakov. Discursive concept as unity of multiple interpretations	91
A. Sosnin. Some problems of ensuring the stability of society to the challenges of the information and computer era	93
Stanislav Fedorin. The information society in the aspect of theories of cognitive evolution	98

Section 2. Systems analysis of information and communication technologies

Violetta Volkova, Alla Leonova, Alexandra Loginova. Becoming and development of information and communication technologies	104
Yuri Chernyy. Philosophical analysis specific features of the technologies of fourth industrial revolution	108
Felix Tarasenko. On systemic models of governance and control	116
Svyatoslav D. Pozharskij, Zhanna Bober. On the threshold to the noosphere intelligence	125
Irina Brusakova, Raisa Mamina, Yugin Pirainen. Digital Communications: Interaction Features	138
Anastasiya Potapova, Galina Tibilova, Andrey Ovcharenko. Using of Expert Systems in the Design of Proactive Public Services	144
Arina Kudriavtceva. Models for the selection of innovative technologies in the enterprise cyber-physical system development	152
Anastasiia Averina, Sergey Nesterov. Assessment of the effectiveness of using temporal tables in SQL Server	155
Emson Munyaradzi Chinamasa, Tatiana Khvatova. Bad data and organizational performance	159
Aleksandr Karlik, Vladimir Platonov, Elena Iakovleva. Actual shifts in the virtual organization of higher education	162
Sergei P. Faleev. Communication costs	175
Bekzod Turgunov, Shahboz Ergashev, Durдона Orifjonova. The main problems in the development of telemedicine in developing countries	179
Aleksandr Karlik, Vladimir Platonov, Elena Iakovleva, Ermin E. Sharich and Daria D. Iakovleva. Systematization of risks and threats of communication strategies	181
G. Malykhina, A. Guseva. Distance-based neural networks in emergency detection systems	187

Section 3. Communicative strategies in public administration and public self-government

Djalilov Bakhromjon, Kasimov Muzaffar. The role of social networks in the development of social potential	190
Alexey Mordvinov, Tatyana Semenova. Evaluation of intellectual capital in the socially-oriented sphere of economic activity	191
Galina P. Chudesova. Role of business structures in development of scientific and technical progress	193
Lidiya I. Evseeva, Anna S. Matveevskaya, T. Tarakanova. Political Communication in a Digital Environment	195
E. Rozhelovskaya. Communicative strategies in state management of information society	197
Yulia Gudkova. Government communicative strategy as an important tool of fiscal policy	200
Ivan Letyukhin, Pavel Pokidko. Communicative strategies of enterprises in the restoration of social infrastructure on the Karelian isthmus after the great Patriotic war	203
Elena Stetsko. The role of the expert community as a non-state subject of the EAEU strategic communication	205
Rimma Ivanova. Event communication of business and government structures: a modern trend	209
Anna Safonova. Internet as a growth factor of civil and political activity of Russian youth	212

Section 4. Intellectual environments and digital subculture of modern information society

Irina Saltanovich. Digital environment as an arena of cultural interaction. New stage of commodification	215
L. Mureyko. Media, mass media and a media: to clarify the concepts	221
Olga Susskaya. Modern information space and semantic interference in the journalistic environment	226
Lidiya I. Evseeva, Anna S. Matveevskaya. Scientific Communication: tools for professional communication and exchange of scientific information	228
Vladimir Sergeev. On the dominance of psychology in the communication of the humanities	230

Section 5. Interactions in sociotechnical environments: Human resources, Web resources and PR-technologies

Svetlana Glazkova. Streaming video blogs: the specifics of the format of mass communication in the Web 2.0 environment	233
Olga Ivanova. Organizational consulting as a management tool for problems solving	236
Anatoly Chistyakov, Maxim Tretyakov. Perception of the digitalization of the economy as a trend to reduce the quality of consumption	239
Anastasia Kameneva, Aleksei Michurin. Scientific and technical policy in the conditions of formation of the information society in Russia	243
Yana Kovalenok. Communication space of the «New Library»	245
Elena Nikitina. Indirect speech strategies and their application areas	248
Tatiana Khvatova, Kira Drozdova. Exploring young Russian people's attitudes to the sharing economy	251
Svetlana Skorniakova. Internet promotion of information and library resources as part of the socio-technical environment of the University	255
Irina P. Berezovskaya, Svetlana V. Shapiro. PR - activity in the sphere of culture	256
Anna Kuzmina. Strategic level of GR-communications in the system of state and municipal procurement	261
Yu. Koblayakova, I. Trostinskaya. Scientific communication as a tool for popularization of screening examinations in the medical sphere	263
D. Bilyeva, A. Doenina. Memes about disabled as a variety of amoral memes in social networks	267
A. Fedorov. Flash mob «#10YearsChallenge» in the network Instagram	271
A. Fedotova. Research flashmob "World_record_egg"	276

Section 6. Problems of intercultural communication

Nadezhda Bezuglova. Epistemological orientations in research of intercultural interactions	280
Natalia A. Orekhovskaya. Intercultural Communication as a Tool of Mutual Understanding Between the Bearers of Different Cultures	285
Oksana Iatsenko. Migration policy and education. Migration management through the organization of long-term educational projects	287
Gennady Bakulev. A Cultural Dimension of the International Academic Market	289
S. Gurieva, Y. Afanasyeva. Ethno-psychological and acmeological characteristics of coping behavior	293
Larisa Ivanova, Evgeniya Lukomskaya. Crosscultural approach in professionally oriented foreign language communication learning	295
Tatiana Karulina. «Risorgimento» of nationalism in german philosophy 1914-1933	304
Elena Selchenok. The importance of cultural topos for intercultural communication (on the example of Gnostic topos as a constant of German culture)	309
Tatiana Seregina. Factors in the Formation of Modern Models of Intercultural Communication	311
Svetlana Skorniakova. Patriarchal prejudices and stereotypes in intercultural communication	313
Yulia Bolotina, Svetlana Filippova. Reflection of Translingualism in a Literary Text: Ethnocultural Imagery	315
Elena Kamyshina. Cross-cultural communications as an important feature of managerial training in 21st century society	321
V. Serkova, A. Sahakyan. Cultural landscape and identity (Kusturica V Abramovich)	323
Alina Fadeeva. Modern media as an instrument of intercultural communication: case of South Korea	325
Alexandra Osipova. The major trends in art collaborations in Russia in 2017-2019	328

Section 7. Personality in the information and network society

Irina Avdeeva. The global space of modern communication fields and the practice of hybrid subjectivity	331
Violetta Gaputina. Personification as a dominant characteristic of modern Russian glossy magazines	333

Olga Ivanova, Ekaterina Ryabinina. The problem of identification of iGen generation identity in the Internet space	338
Olga Korchazhkina. The Native Language as a Tool of “Intrapersonal” Communication	343
Marina Fedorova, Mira Rotanova. Laughing Culture and the New Religiosity to Cyberspace	348
Anatoly Chistyakov. Sociocultural aspect of personality adaptation to threats of deserialization in the conditions of digitalization of human environment	351
Dariya Kushnir. Human Transformation in the Information Society	354
Vladimir V. Evseev, Ludmila M. Volkova, Valentina L. Pogodina. Professional and personal development: cultural aspects of the dynamics of the educational environment of the university	355
Elena Minnullina. The Impact of Public Service Announcement on Human Behavior: Current Issues	359
Elena Gashkova. «Apps» and alienation: emotional capitalism	362
Svetlana Gurieva, Tatyana Ilina. Psychological aspect of satisfaction marriage	363
Yulia Kondakova, Albina Solodenko. Personality as a conductor of fashion trends: principles of formation of trends in the network community	366
Vladimir Tunda, Elena Tunda. From the great emptiness through thinking, emotions to life in the information society	370

Section 8. Technology manipulation of behavior and consciousness

Vladimir Miletskiy, Aleksandra Pisareva. Social network's influence on public opinion's forming about political questions (exemplified by Zelensky's election campaign of 2019)	378
Anna Tanova, Veronika Leonteva. Does social advertising on the Internet affect youth audiences?	381
Aleksandr Yefanov. Case #YAMYIVANGOLUNOV from the standpoint of media ethics	384
I. Bugayova, K. Sidorchenko. The headline of the article as a means of manipulation on the internet mass media	385
Anastasia Vorozhun. Modern society and information manipulation technologies in the XXI century	391
Marharyta Moseichuk. Methods of the information society manipulation in the XXI century	393
Ksenia Vinogradova, Olga Degtyareva, Aleksandr Kashchuk. Comparative analysis of election lighting methods of the president of the Russian Federation-2012, and the election of the president of the USA-2016	395
Irina Puchkova. Discussion on Brexit: types of argumentation and manipulative strategies	402
Jessica Lichy, Tatiana Khvatova. Brand loyalty in the digital era	404
Svetlana Skorniakova. Social networks as a resource for manipulating social behavior and consciousness	408
Stepan Genov. The influence of information society on politics and personality in modern Russia	410
Svetlana Gurieva, Yana Vinogradova. Social representations about phenomena of betrayal	411
Ivan Tretyakov. Criminal Manipulative impacts on Minors with Internet Technologies: countermeasures	413
M. Vojtenko. Pseudostate of politicians	420
Kirill Mihajlov. Toxicity in competitive games on the example of MOBA Dota 2	422
Alika Sigunova. The research of the internet meme «how do you like it, Elon Musk?»	427
Valeria Sherstyuk, Anna Pavlova. Analysis of the end of the world in «disaster films»	432

Section 9. Traditions and new formats of education

Olga Gnatyuk. From Pedagogical Anthropology to on-line Education: Contradiction of Goals and Senses of Higher School's Reform. Essay	436
Olga Malakhova. Digitalization of education as an anthropological challenge	443
Andrey Linde. "The lifeworld" of Russian social-humanitarian sciences and the response to the present challenges: the phenomenological approach	446
Vladimir V. Evseev. Digital environment in the formation of the student's physical education	448
Pavel Taranov. Russian practice of academic development of researchers	450

Marianna Ababkova. Neuro-communications for education: trends and opportunities	452
Tatiana Popova, Daria Kolesova. Evaluation of knowledge through peer assessment as part of online courses	453
Ekaterina Osipova. To the question of linguistic material selection for acquiring idiomatic competence by the future translators in the sphere of professional communication	454
Dmitri Savchenko, Oksana Iatsenko. Needs and socialization of the individual in the University: a comprehensive action of sports and educational programs	458
D. Ushakov. Technologies for self-realization in education	460
Olga Evgrafova. Practical implementation of Ted Talks media content in teaching a professional foreign language to non-linguistic university students	462
Valeria Kolycheva. Art statistics as a new branch of statistics	464
Elena Paley. The subject of education in terms of hyperdynamics of the present	466
Ilya Sidorchuk, Maria Mosents. The course of “the first love to faith, tsar and fatherland”: D.P. Martynov and his history book for national schools	469
Larissa Sokolova. The analysis of the results of the project “Teaching English in Rostov Region Technical Higher Educational Establishments”	473
Natalya Spiridonova, Olga Kharlamova. Methodical aspects of the use of phraseological units when teaching home reading at higher education institutions	476
Vera Lobactova, Anastasia Smirnova. Traditions and Innovations in Education: the Possibility of Synthesis	479
Irina V. Sazina. Totality of aesthetics and the strategy of “aesthetics of education” in digital communication	481
Yulia Yudina. The access of educational Internet games for children up to 3-4 years	491

СОДЕРЖАНИЕ

	Стр.
Программный комитет	5
Пленарные доклады	6
Б.А. Исаев, И.Ф. Игнатъева. Характерные черты постиндустриального общества по Д. Беллу и их имплементация в современных информационных обществах	6
А.П. Фомин. Идеи к морфологии политической культуры	8
Е.А. Осипова. Связи с общественностью в трансформации общества знания в общество понимания	18
Л.В. Мурейко. Медиареальность: энактивистский подход	22
В.И. Игнатъев. Человек в интеракциях с искусственным интеллектом: коммуникации или социальные взаимодействия?	26
Г.Н. Лола. Коммуникации в дизайнерской практике: поиск новых форматов	33
И.Э. Сулейменов, А.Р. Масалимова, З.С. Тасбулатова, Г.А. Мун. Неудовлетворенность образованием и рост протестных настроений молодежи в эпоху информационного общества: степень ответственности университета	37
Секция 1. Информационное общество: философия, технология, политика	
М.Ю. Буралкин, С.В. Черненькая. Цифровая герменевтика	43
Е.Г. Поздеева. Роль науки и экспертного знания в цифровом обществе	45
Е.А.Беседина, А.Н.Мичурин. Информационное общество в условиях научно-технической революции XX - начала XXI века	48
Э.В. Баркова. Брак человека с роботом как проблема коммуникативистики	50
О.Д. Гаранина. Компьютерная эйфория: как сохранить веру в могущество информационных технологий?	52
А.С. Прищепа. Информационная среда и научно-техническое общество в Ленинграде 60-х гг. 20в.	56
Н.Н. Филин, Р.М. Булатова. Технологические аспекты согласованного развития университета и бизнес-сообщества	59
А.А. Ярмак. Роль эпистемологии в философии искусственного интеллекта	62
Н.Б. Ломакина. Рациональность в «обществе знания»: задачи, перспективы	63
В.Б. Малышев. Подлинность языка и химеричность образа: к вопросу о параллаксах медийной реальности	68
О.А. Игнатъева, А.В. Плетнев. Сверхновые тренды цифрового управления	69
А.А. Львов. Методологическая коммуникация как междисциплинарный симбиоз (на примере экзистенциально-феноменологической традиции в философии и психиатрии)	72
Е.В. Папченко. Противоречия и технологические риски в информационном обществе	73
О.И. Жукова, В.Д. Жуков. О некоторых аспектах нравственных отношений в эпоху информационного общества	75
Hermes Varini. Quantum of Power and Superhuman Body	77
Н.Ю. Квашенко. Специфика понятия «инфосфера» в контексте современной философской мысли	85
Т.Е. Сиволап, В.И. Терехова. Роль культурно-познавательного туризма в информационном обществе	88
О.А. Власова. Историко-философская коммуникация в информационной культуре	90
Л.Д. Петряков. Дискурсивный концепт как единство множества интерпретаций	91
А.В. Соснин. Некоторые проблемы обеспечения устойчивости общества к вызовам информационно-компьютерной эры	93
С.Э. Федорин. Информационное общество в аспекте теорий когнитивной эволюции	98

Секция 2. Системный анализ информационно-коммуникационных технологий

В.Н. Волкова, А.Е. Леонова, А.В. Логинова. Становление и развитие информационно-коммуникационных технологий	104
Ю.Ю. Черный. Философский анализ особенностей технологий четвертой промышленной революции	108
Ф.П. Тарасенко. О системных моделях управления	116
С.Д. Пожарский, Ж. Бобер. На пороге к ноосферному интеллекту	125
И.А. Брусакова, Р.И. Мамина, Е.В. Пирайнен. Цифровые коммуникации: особенности взаимодействия	138
А.В. Потапова, Г.С. Тибилова, А.В. Овчаренко. Применение экспертных систем в проектировании проактивных государственных услуг	144
А.С. Кудрявцева. Модели для выбора инновационных технологий при разработке киберфизической системы предприятия	152
А.А. Аверина, С.А. Нестеров. Оценка эффективности использования темпоральных таблиц в SQL Server	155
Э.М. Чинамаса, Т.Ю. Хვაтова. Недостоверные данные и их влияние на функционирование организации	159
А.Е. Карлик, В.В. Платонов, Е.А. Яковлева. Системный анализ создания виртуальных форм организации в высшей школе	162
С.П. Фалеев. Издержки коммуникаций	175
Б.А. Тургунов, Ш. Эргашев, Д.В. Орифжонова. Основные проблемы при развитии телемедицины в развивающихся странах мира	179
А.Е. Карлик, В.В. Платонов, Е.А. Яковлева, Э.Э. Шарич, Д.Д. Яковлева. Систематизация рисков и угроз коммуникативных стратегий	181
Г.Ф. Мальхина, А.И. Гусева. Основанные на расстоянии нейронные сети в системах раннего обнаружения чрезвычайных ситуаций	187

Секция 3. Коммуникативные стратегии в государственном управлении и общественном самоуправлении

Б.О. Джалилов, М.М. Касымов. Роль социальных сетей в развитии общественного потенциала	190
А.А. Мордвинов, Т.Ю. Семёнова. Оценка интеллектуального капитала в сфере социально-ориентированной проектной деятельности	191
Г.П. Чудесова. Роль бизнес-структур в развитии научно-технического прогресса	193
Л.И. Евсеева, А.С. Матвеевская, Т.С. Тараканова. Политическая коммуникация в условиях цифровизации	195
Е.Д. Рожеловская. Коммуникативные стратегии в государственном управлении информационного общества	197
Ю.В. Гудкова. Коммуникативная стратегия государства как важный инструмент фискальной политики	200
И.Д. Летюхин, П.С. Покидько. Коммуникативные стратегии предприятий при восстановлении социальной инфраструктуры на Карельском перешейке после Великой Отечественной войны	203
Е.В. Стецко. Роль экспертного сообщества как негосударственного субъекта стратегической коммуникации ЕАЭС	205
Р.А. Иванова. Event коммуникация бизнеса и государственных структур: современный тренд	209
А.С. Сафонова. Интернет-пространство как фактор роста гражданско-политической активности российской молодежи	212

Секция 4. Интеллектуальные среды и цифровая субкультура современного информационного общества

И.П. Салтанович. Цифровая среда как арена взаимодействия культур. Новая ступень коммодификации	215
Л.В. Мурейко. Медиа, масс-медиа и амедиа: к уточнению понятий	221
О.А. Сусская. Современное информационное пространство и смысловые интерференции в журналистской среде	226
Л.И. Евсеева, А.С. Матвеевская. Научная коммуникация: инструменты профессионального общения и обмена научной информацией	228
В.А. Сергеев. О доминировании психологии в коммуникации гуманитарных наук	230

Секция 5. Взаимодействия в социотехнических средах: Человеческие ресурсы, Веб-ресурсы и PR-технологии

С.А. Глазкова. Стриминговые видеоблоги: специфика формата массовой коммуникации в среде Веб 2.0	233
О.Э. Иванова. Организационный консалтинг как управленческий инструмент решения проблем	236
А.В. Чистяков, М.А. Третьяков. Восприятие цифровизации экономики как тренда на снижение качества потребления	239
А.А. Каменева, А.Н. Мичурин. Научно-техническая политика в условиях формирования информационного общества в России	243
Я.Г. Коваленок. Коммуникативное пространство «Новой библиотеки»	245
Е.С. Никитина. Косвенные речевые стратегии и области их применения	248
Т.Ю. Хватова, К.А. Дроздова. Исследование отношения молодых россиян к экономике совместного потребления	251
С.С. Скорнякова. Интернет-продвижение информационно-библиотечных ресурсов как части социотехнической среды вуза	255
И.П. Березовская, С.В. Шапиро. PR-деятельность в сфере культуры	256
А.М. Кузьмина. Стратегический уровень GR-коммуникаций в системе государственных и муниципальных закупок	261
Ю.М. Коблякова, И.Р. Тростинская. Научная коммуникация как инструмент популяризации скрининговых обследований в медицинской сфере	263
Д.С. Быльева, А.К. Доенина. Мемы про инвалидов как разновидность аморальных мемов в социальных сетях	267
А.И. Федоров. Флешмоб «#10YearsChallenge» в сети Инстаграм	271
А.П. Федотова. Исследование флешмоба «World_record_egg»	276

Секция 6. Проблемы межкультурной коммуникации

Н.П. Безуглова. Эпистемологические ориентации в исследованиях межкультурных взаимодействий	280
Н.А. Ореховская. Межкультурная коммуникация как инструмент взаимопонимания между носителями разных культур	285
О.Ю. Яценко. Миграционная политика и образование. Управление миграцией через организацию долгосрочных образовательных проектов	287
Г.П. Бакулев. Культурное измерение международного образовательного рынка	289
С.Д. Гуриева, Ю.А. Афанасьева. Этнопсихологические и акмеологические характеристики копинг-поведения	293
Л.А. Иванова, Е.Л. Лукомская. Межкультурный подход в обучении иноязычной профессиональной коммуникации в неязыковом вузе	295
Т.Б. Карулина. «Рисорджименто» национализма в германской философии 1914-1933 гг.	304
Е.К. Сельченков. Значение топосов культуры для межкультурной коммуникации (на примере гностических топосов как константы германской культуры)	309

Т.Н. Серегина. Факторы формирования современных моделей межкультурной коммуникации	311
С.С. Скорнякова. Патриархальные предрассудки и стереотипы в межкультурной коммуникации	313
Ю.П. Болотина, С.Г. Филиппова. Об отражении транслингвизма в художественном тексте: этнокультурная образность	315
Е.А. Камышина. Кросс-культурные коммуникации как важная особенность подготовки менеджеров в XXI веке	321
В.А. Серкова, А.Г. Саакян. Культурный ландшафт и идентичность (Кустурица V Абрамович)	323
А.В. Фадеева. Современные медиа как инструмент межкультурной коммуникации: кейс Южной Кореи	325
А.В. Осипова. Главные тренды в 2017-2019 годах в арт-коллаборациях в России	328

Секция 7. Личность в информационном и сетевом обществе

И.А. Авдеева. Пространство современных коммуникативных полей и практика гибридной субъективности	331
В.А. Гапутина. Персонификация как доминантная характеристика современных российских глянцевого журналов	333
О.Э. Иванова, Е.В. Рябинина. Проблема идентификации личности представителей поколения iGen в интернет пространстве	338
О.М. Корчажкина. Родной язык как инструмент «внутриличностной» коммуникации	343
М.В. Федорова, М.Б. Ротанова. Смеховая культура и новая религиозность в киберпространстве	348
А.В. Чистяков. Социокультурный аспект адаптации личности к угрозам десоциализации в условиях цифровизации среды существования человека	351
Д.Ю. Кушнир. Трансформация человека в условиях информационного общества	354
В.В. Евсеев, Л.М. Волкова, В.Л. Погодина. Профессиональное и личностное развитие: культурологические аспекты динамики образовательной среды вуза	355
Э.Б. Миннуллина. Воздействие социальной рекламы на поведение человека: актуальные проблемы	359
Е.М. Гашкова. «Приложения» и отчуждение: эмоциональный капитализм	362
С.Д. Гуриева, Т.И. Ильина. Психологический аспект удовлетворённости и браком	363
Ю.В. Кондакова, А.Т. Солоденко. Личность как проводник модных тенденций: принципы формирования трендов в сетевом сообществе	366
В.А. Тунда, Е.А. Тунда. От великой пустоты через мышление, эмоции к жизни в информационном обществе	370

Секция 8. Технологии манипуляций поведением и сознанием

В.П. Милецкий, А.Н. Писарева. Влияние социальных сетей на формирование общественного мнения по политическим вопросам (на примере предвыборной кампании В. Зеленского 2019 года)	378
В.Л. Леонтьева, А.Г. Танова. Воздействует ли социальная реклама в интернете на молодежную аудиторию?	381
А.А. Ефанов. Кейс #ЯМЫИВАНГОЛУНОВ с позиций медиаэтики	384
И.В. Бугаева, К.М. Сидорченко. Заголовок статьи как средство манипуляции в интернет-СМИ	385
А.Е. Ворожун. Современное общество и технологии информационных манипуляций в XXI веке	391
М.А. Мосейчук. Методы манипуляции информационным обществом в XXI веке	393
К.Е. Виноградова, О.В. Дегтярева, А.А. Кашук. Сравнительный анализ методов освещения выборов Президента РФ – 2012 и выборов президента США - 2016	395
И.Н. Пучкова. Дискуссия по Brexit: виды аргументации и стратегии манипуляции общественным сознанием	402

Дж. Личи, Т.Ю. Хватова. Лояльность к бренду в эпоху цифровых технологий	404
С.С. Скорнякова. Социальные сети как ресурс манипулирования общественным поведением и сознанием	408
С.К. Генев. Влияние информационного общества на политику и личность в современной России	410
С.Д. Гуриева, Я.Е. Виноградова. Социальные представления о предательстве	411
И.Л. Третьяков. Криминальные манипулятивные воздействия на несовершеннолетних с использованием интернет-технологий: вопросы противодействия	413
М.М. Войтенко. Псевдоцитаты политиков	420
К.Д. Михайлов. Токсичность в соревновательных играх на примере MOBA Dota 2	422
А.А. Сигунова. Исследование интернет-мема «как тебе такое, Илон Маск?»	427
В.В. Шерстюк, А.О. Павлова. Анализ конца света в «фильмах-катастрофах»	432

Секция 9. Традиции и новые форматы образования

О.Л. Гнатюк. От педагогической антропологии к дистанционному он-лайн образованию: противоречие целей и смыслов реформы высшего образования. Эссе	436
О.Н. Малахова. Цифровизация образования как антропологический вызов	443
А.Н. Линде. "Жизненный мир" российских социально-гуманитарных наук и ответ на современные вызовы: феноменологический подход	446
В.В. Евсеев. Цифровая среда в формировании физической культуры студента	448
П.М. Таранов. Российская практика академического развития исследователей	450
М.Ю. Абабкова. Нейрокоммуникации в образовании: возможности и перспективы	452
Т.И. Попова, Д.В. Колесова. Оценка знаний с помощью взаимопроверки в рамках онлайн-курсов	453
Е.С. Осипова. К вопросу об отборе лингвистического материала для формирования идиоматической компетенции будущих переводчиков в сфере профессиональной коммуникации	454
Д.И. Савченко, О.Ю. Яценко. Потребности и социализация личности в вузе: комплексное действие спортивных и учебные программ	458
Д.В. Ушаков. Технологии самореализации в образовании	460
О.Г. Евграфова. Практическое внедрение медиа-контента Ted Talks в обучение студентов неязыкового вуза профессиональному иностранному языку	462
В.А. Колычева. Статистика искусства как новая отраслевая статистика	464
Е.В. Палей. Субъект образования в условиях гипердинамики современности	466
И.В. Сидорчук, М.С. Мосенц. Курс «первой любви к вере, царю и отечеству»: Д.П. Мартынов и его книга по истории для народных училищ	469
Л.Н. Соколова. Анализ результатов проекта «Обучение английскому языку в технических вузах Ростовской области»	473
Н.С. Спиридонова, О.Ю. Харламова. Методические аспекты использования фразеологизмов при обучении домашнему чтению в вузе	476
В.А. Лобастова, А.П. Смирнова. Традиции и новации в образовании: возможность синтеза	479
И.В. Сазина. Тотальность эстетики и стратегия «эстетики образования» в условиях цифровой коммуникации	481
Ю.Д. Юдина. Доступность развивающих интернет – игр для детей до 3-4 лет	491
CONTENTS	496

КОММУНИКАТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА

Труды XI Международной
научно-теоретической конференции

25–26 октября 2019 года

Налоговая льгота – Общероссийский классификатор продукции
ОК 005-93, т. 2; 95 3004 – научная и производственная литература

Подписано в печать 11.12.2019. Формат 60×84/16. Печать цифровая.

Усл. печ. л. 31,75. Тираж 72. Заказ 2912.

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.