

ВЕСТНИК ГУМАНИТАРНОГО ФАКУЛЬТЕТА

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

Научно-теоретический журнал
Издается с 2004 года

№ 11 / 2019

Специальный выпуск,
посвященный

**XXI Международному Балтийскому
коммуникационному форуму
5–7 декабря 2019 года**

С.-Петербург
2019

Выпуск подготовлен
по материалам конференции преподавателей
«Социогуманитарное знание
в условиях трансформации общества»
на
XXI Международном
Балтийском коммуникационном форуме
«Глобальные и региональные коммуникации:
настоящее и будущее»

Редакционная коллегия:

*А. Б. Гехт, Е. И. Кузнецова, А. В. Кульназарова, С. А. Лосев,
В. Л. Селивёрстов, Е. А. Тереньева, И. А. Цвериншвили,
А. Ю. Цыгоняева, С. А. Чернов, М. В. Яценко*

Председатель редакционной коллегии:
декан гуманитарного факультета СПбГУТ *Д. В. Шутман*

*Печатается по решению
Ученого совета гуманитарного факультета
Санкт-Петербургского государственного университета
телекоммуникаций*

СОДЕРЖАНИЕ

Вступительное слово <i>декана гуманитарного факультета</i>	9
Раздел I. ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА СОВРЕМЕННЫХ КОММУНИКАЦИЙ	
<i>Бабанова Е. А.</i> Интернет-пропаганда в Facebook и методы борьбы с ней	11
<i>Белова Е. В.</i> Структурно-функциональная психологическая модель самолидерства как акмефеномена	14
<i>Виноградова К. Е.</i> Типологические характеристики специальных мероприятий в интернет-среде.....	21
<i>Гоман Ю. В.</i> Технология развития умений эмоционального интеллекта у студентов технического вуза.....	25
<i>Добровольская Ю. А.</i> Политическое лидерство в социальных медиа: коммуникационный аспект	30
<i>Кирьянова Н. В.</i> Особенности коммуникационного сопровождения проектов шоу-бизнеса.....	34
<i>Коньшин С. В., Витулёва Е. С., Сулейменов И. Э.</i> Коммуникации в обществе: взгляд с позиций теории нейронных сетей	38
<i>Коровицына А. В., Сучкова О. В.</i> Каким образом «учат хорошему» в интернет-сообществах: аспекты информационно-психологической безопасности в социальных сетях	45
<i>Кривцов С. П., Мякотин А. В., Орлова Л. И., Сарафанников Е. В.</i> Способ интерактивного обучения специалистов документальной связи	51

<i>Кузина О. Е.</i> Использование социальных сетей Министерством иностранных дел Федеративной Республики Германия	56
<i>Кузнецова Е. И., Шутман Д. В.</i> Продвижение имиджа политика в социальных сетях	62
<i>Кульназарова А.В.</i> Особенности подготовки бакалавров по направлению 42.03.05 «Медиакоммуникации»	69
<i>Курганова Е. Б.</i> Геймификация в PR-проектах общественного обучения	73
<i>Леошко А. И., Скворцова В. С.</i> Трансформация инструментов маркетингового анализа в контексте архитектурного проектирования	77
<i>Нешитов П.Ю.</i> Предмет, метод, актуальность изучения социологии массовых коммуникаций	83
<i>Носкова И. В., Ребковец В. К.</i> Социальный хакатон как новый способ современных коммуникаций	88
<i>Семёнова А. А.</i> К вопросу о цифровой трансформации государственного управления	95
<i>Сулейменов И. Э., Витулёва Е. С., Коньшин С. В.</i> Код и знаковые системы с точки зрения диалектики информации	99
<i>Филаткина Г. С.</i> Специфика молодежного потребления социальных сетей в России (2014–2019 гг.)	105
<i>Хайковский А.В.</i> Реклама как зеркало времени (Очерки истории российской рекламы)	109
<i>Юмашева И. А.</i> Виртуальные научные коммуникации: специфика и содержание	114

Раздел II. СОЦИОГУМАНИТАРНЫЕ НАУКИ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ

<i>Астафьева И. Е.</i> «Социокультурный код» как научная категория: методологический потенциал использования	118
--	-----

<i>Воронов И. И., Пантелеев В. И.</i> Информационное обеспечение столыпинской аграрной реформы (1906–1917)	126
<i>Вязьмин А. Ю.</i> О двух основных различиях трансцендентализма Канта и Гуссерля	132
<i>Гехт А. Б., Плешакова О. С.</i> Из истории Фонда Кнута и Алисы Валленберг: аспекты создания и деятельности	137
<i>Гехт А. Б., Эйдемиллер К. Ю.</i> Саамы: на пути к формированию политической идентичности	142
<i>Зобова М. Р., Родюков А. Ф.</i> Критика антиисторизма: синергетический анализ	148
<i>Измозик В. С.</i> О способах связи белогвардейских войск Северо-Запада с антисоветским подпольем в Петрограде. 1919 год	154
<i>Кищенко М. С.</i> Партийные и государственные органы власти в СССР в 1960–1980-е годы: структура и коммуникативные практики (на материалах областей Верхневолжья)	160
<i>Корнев В. В.</i> Экстаз идеологии	165
<i>Мальчёнкова А. Е.</i> Социальные проблемы культуры хозяйственной жизни	169
<i>Марккунд К.</i> Шведский натиск на восток? Швеция во внешне- политических колебаниях между Скандинавией и регионом Балтийского моря в трактовке консервативных геополитиков (<i>Краткое изложение содержания статьи в переводе</i> <i>Гехта А.Б.</i>)	174
<i>Немчинова Т. С.</i> Образовательные модели адаптации коренных народов к современным экономическим отношениям	185
<i>Неровный А. В.</i> Сетевые формы взаимодействия в сфере высшего образования: понятие, принципы и перспективы	193
<i>Овчинникова Е. Г.</i> О гражданской позиции семьи русско- американского культуролога П. А. Сорокина в годы Второй мировой войны	200

<i>Патрушева Д. А.</i> Освещение кризисных явлений на Украине в 2013–2018 гг. в британских периодических изданиях	203
<i>Селивёрстов В. Л.</i> Хроники профессионального дилетанта 4.0: «Вне жанра» и «Трудно быть...»	207
<i>Сухарева А. М.</i> Конституционно-правовой статус Уполномоченного по правам человека в Российской Федерации	213
<i>Терентьев В. О.</i> Британское военное присутствие в Эстонии. 1991–2018 гг.	216
<i>Терентьева Е. А.</i> Освобождение северной Финляндии и Норвегии осенью 1944 г. в освещении французской прессы	222
<i>Тумаков Д. В.</i> Деятельность российских военных медиков в период первой чеченской войны 1994–1996 гг. в освещении «Медицинской газеты»	229
<i>Цвериганашвили И. А., Соловьева В. А.</i> Экологическая политика Фарерских островов на современном этапе	234
<i>Янишевская И. В.</i> Речевой имидж студента	240

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

<i>Абыякая О. В., Землякова К. В.</i> Френдить или троллить: коммуникация в сети сквозь призму слов	244
<i>Алёшин А. С. Я.</i> Сёдерберг и И. А. Бунин в литературном и биографическом преломлении	248
<i>Белова Е. Н.</i> Применение сервисов <i>Google Translate</i> и <i>Google Classroom</i> в условиях автономного обучения иноязычной грамматике студентов неязыковых вузов	254
<i>Булатова А. Б.</i> Толерантность как профессионально важное качество регионоведа	259

<i>Ванягина М. Р.</i> Язык Интернета — новая субкультура коммуникации	264
<i>Горшкова Е. А.</i> «Повести о крестоносцах» Скотта: проблематика и поэтика	270
<i>Землякова К. В., Рябуха О. В.</i> Медiateкст как отражение медиакультуры	275
<i>Зиновьева Е. И., Маньхуа У.</i> «Скромный человек» в русском языковом сознании	279
<i>Минина О. Г.</i> Теория трансакций Э. Берна в обучении профессиональной коммуникации на английском языке	286
<i>Парамонова М. И.</i> Трансформация политического текста в новой информационной среде	290
<i>Роднева Е. К., Ву Нгок Иен Кхань.</i> Трудности при восприятии русских пословиц и поговорок о любви и семье вьетнамскими учащимися: функционально-семантический аспект	295
<i>Семенова (Заган) Н. С.</i> Средства объективации категории диалогичности в массмедийном дискурсе.....	301
<i>Серебрякова С. Г.</i> Языковые средства выражения динамичности повествования и не оправданные ожидания пользователя (на примере цифрового повествования Э. Кэмпбелла “Wounds”)	306
<i>Соколова Ю. М.</i> К вопросу об интегративном обучении студентов иностранному языку в аспекте нравственного воспитания	311
<i>Стафутина В. Н.</i> Трудности обучения французскому языку как второму иностранному на гуманитарных факультетах высших учебных заведений	316
<i>Сыроватская Е. Ф.</i> Лингвистические приемы мотивации персонала в управлении инновационной производственной деятельностью	322
<i>Тенеряднова С. П.</i> Активизация рефлексивного мышления студентов на занятиях по русскому языку и культуре речи	328

<i>Токарева К. Д.</i> Решение и политическое решение как способ взаимодействия с Другим (по материалам книги воспоминаний Джорджа Буша “Decision Points”)	332
<i>Федорова О. М.</i> Основные компоненты информационно-образовательной среды	335
<i>Яшина О. С.</i> «Блумсбери» — высокообразованное сообщество единомышленников	341
СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ	346

Вступительное слово

В этом году гуманитарный факультет СПбГУТ организует и проводит научно-практическую конференцию «Балтийский форум» уже в 21-й раз. Сегодня это мероприятие по праву считается одним из самых масштабных научных форумов региона. На коммуникационной площадке БАФО происходит не только обмен мнениями по самым актуальным гуманитарным проблемам развития современного общества, но и презентация инновационных прорывных идей, которые позволят предложить решения самых насущных социальных и политических проблем развития региона и страны в целом. Работа на конференции в этом году пройдет сразу по нескольким направлениям. Среди них: Теория и практика современных коммуникаций, Социогуманитарные науки в современном обществе, Коммуникации власти и общества в современной России и др. Интерес к работе конференции традиционно проявляют не только студенты гуманитарного факультета, организатора форума, но и обучающиеся в других подразделениях СПбГУТ.

Учитывая существенно увеличившееся в этом году количество поступивших заявок на участие от студентов всех факультетов университета, оргкомитет форума принял решение об организации отдельной секции «Цифровые технологии как фактор трансформации современного общества».

Посетят площадки «Балтийского форума» в этом году и многочисленные участники — представители вузов России, а также стран зарубежья. От иностранных делегаций организаторами конференции в этом году было получено рекордное количество заявок на участие, что свидетельствует о сложившейся репутации этого российского форума уже и за пределами страны.

Помимо разнообразных дискуссионных форм научного обсуждения студенты и преподаватели СПбГУТ, а также гости конференции смогут принять участие в работе мастер-классов, по существующей традиции проводящихся самыми известными в Санкт-Петербурге теоретиками и практиками из сферы политического строительства, социального развития, коммуникационных технологий, которые предложат на суд общественности свои инновационные проекты.

Желаю успешного и плодотворного общения всем участникам БАФО-2019!

*Декан гуманитарного факультета СПбГУТ,
кандидат политических наук,
Денис Валерьевич Шутман*

Раздел I. ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА СОВРЕМЕННЫХ КОММУНИКАЦИЙ

УДК 32.019.5

Е.А. Бабанова

Интернет-пропаганда в Facebook и методы борьбы с ней¹

Е. А. Babanova

Facebook online propaganda and methods to prevent it

Аннотация. В статье рассматривается актуальный срез проблем по выявлению пропагандистского контента в социальной сети Facebook. Ранее эта социальная сеть была связана с несколькими эпизодами влияния на общественное мнение. В частности во время выборов президента США в 2016 г., конфликтных движений в Мьянме и на Филиппинах. Рассматривается текущая политика компании Facebook по предотвращению подобных ситуаций на выборах в 2020 г.

Ключевые слова: предвыборная агитация, цифровые технологии, президентские выборы, интернет-пропаганда.

Abstract. The article contains current issues related to the identification of propaganda content on the social network Facebook. This social network was previously linked to propaganda. We can find some cases on the US presidential election in 2016, conflicts arose in Myanmar and the Philippines. Facebook's current policy on preventing cases of election situations in 2020 is reviewed.

Key words: campaigning, digital technology, presidential election, online propaganda.

¹ Статья представлена научным руководителем профессором, доктором политических наук, заведующей кафедрой связей с общественностью в политике и государственном управлении СПбГУ Ачкасовой Верой Алексеевной.

Компания из Японии Trend Micro в 2016 г. опубликовали доклад, где указывалось, что одной из важнейших угроз на сегодняшний день является киберпропаганда, созданная для манипулирования мнением общественности [1].

В докладе Оксфордского университета, озаглавленном «Глобальный порядок дезинформации 2019 года: глобальная инвентаризация организованной манипуляции в социальных сетях», сообщается, как все большее число правительств и политических партий по всему миру используют пропаганду в социальных сетях для дискредитации политических противников, вытесняя противоположные взгляды или подрывая доверие к либеральному международному порядку [2].

За три года мониторинга платформ социальных сетей авторы обнаружили, что число стран с правительствами или политическими партиями, которые занимаются манипулированием социальными сетями, увеличилось более чем вдвое за последние два года, и что Facebook продолжает оставаться одним из лидеров данной тенденции.

В течение последних нескольких лет Facebook подвергнулся тщательному контролю со стороны регуляторов и законодателей по этому вопросу и внес несколько изменений в борьбу с распространением дезинформации, которая наносила ущерб его платформе и репутации — от так называемой российской пропаганды во время президентских выборов 2016 г. в США до дезинформации в сочетании с ненавистью, которая помогла разжечь геноцид в Мьянме [3].

Facebook также подвергся резкой критике за то, что он слишком медлителен в принятии решений. Многие журналисты и активисты считают, что компания бездействовала на Филиппинах. А это, в свою очередь, привело к тому, что их социальная сеть стала платформой для распространения ненавистнических высказываний и ложной информации [4].

В 2019 г. Facebook заявил, что будет бороться с группами, члены которых неоднократно делятся вводящим в заблуждение контентом, и заставит администраторов групп отвечать за нарушения правил, связанные с их группами. Совсем недавно он добавил новые требования к проверке рекламы на своей платформе о социальных проблемах, выборах и политике в преддверии выборов в США в 2020 г.

Facebook требует, чтобы организации прикладывали доказательства для возможности иметь политическое название: предоставив либо идентификационный номер организации, зарегистрированной в налоговом

органе, домен веб-сайта правительства, который совпадает с адресом электронной почты, оканчивающимся на .gov или .mil, либо идентификационный номер Федеральной избирательной комиссии.

Это подтвердит, что организация зарегистрирована в правительстве США, и только тогда они смогут использовать свое зарегистрированное название организации в заявлении об отказе от рекламы, а значок «i» в верхнем правом углу объявления будет отображать их как «Подтвержденная организация».

Небольшие компании и местные политики, которые могут не располагать этой информацией, могут вместо этого предоставить название организации, указав номер телефона, адрес для доставки почты, служебную электронную почту и бизнес-сайт с доменом, соответствующим электронной почте.

Однако в прошлом, несмотря на то, что Facebook обеспечивает большую прозрачность политической рекламы, такие компании, как Cambridge Analytica, хвастались своей способностью проводить далеко идущие кампании влияния с поддельными блогами, событиями и мемами, ни одна из которых не считается политической рекламой [5].

Важно отметить, что законы о раскрытии корпоративной собственности в США не так сильны, например в некоторых штатах возможно создание анонимных ООО без предоставления информации о личности или большом количестве информации о владельцах. Поэтому возможности для почти анонимных публикаций политической рекламы в период предвыборной кампании еще есть. Опыт прозрачного использования социальных сетей в период предвыборных кампаний пока еще не был осуществлен ни в одной стране мира. Но не вызывает сомнения идея, что через несколько десятилетий у каждой страны и социальной сети появятся свои отлаженные механизмы для работы в интернет-пространстве.

Литература:

1. The Next Tier The plateau of ransomware, more business process compromise, and the boom of cyberpropaganda — what big security concerns should we expect in 2017? // Trend Micro. URL: <https://www.trendmicro.com/vinfo/ru/security/research-and-analysis/predictions/2017> (Дата обращения: 11.11.2019).

2. Samantha Bradshaw, Philip N. Howard. «2019 Global Inventory of Organized Social Media Manipulation». URL: <https://comprop.oi.ox.ac.uk/>

wp-content/uploads/sites/93/2019/09/CyberTroop-Report19.pdf (Дата обращения: 07.11.2019).

3. Alexandra Stevenson «Facebook Admits It Was Used to Incite Violence in Myanmar» // The New York Times. URL: <https://www.nytimes.com/2018/11/06/technology/myanmar-facebook.html> (Дата обращения: 15.10.2019).

4. Alexandra Stevenson «Soldiers in Facebook's War on Fake News Are Feeling Overrun» // The New York Times. URL: <https://www.nytimes.com/2018/10/09/business/facebook-philippines-rappler-fake-news.html?module=inline> (Дата обращения: 19.10.2019)

5. «Как манипулировали американцами и британцами. Стоит ли смотреть фильм Netflix о Cambridge Analytica» // BBC. URL: <https://www.bbc.com/russian/news-49103834> (Дата обращения: 17.10.2019).

УДК 303.09

Е. В. Белова

Структурно-функциональная психологическая модель самолидерства как акмефеномена

Е. V. Belova

Structural-functional psychological model of self-leadership as an acmephenomenon

Аннотация. В статье рассматривается актуальность феномена самолидерства в психологии. Данная особая форма лидерства анализируется с точки зрения основных сфер психики: когнитивной, эмоционально-волевой, ценностно-мотивационной, поведенческой. На основе системного подхода выделяются основные структурно-функциональные элементы модели данного феномена.

Ключевые слова: самолидерство, системный подход, акмефеномен, структурно-функциональная модель.

Abstract. The article considers the relevance of the phenomenon of self-leadership in psychology. This special form of leadership is analyzed from the main spheres of the psych's point of: cognitive, emotional-volitional, value-mo-

tivational, behavioral. On the basis of the systemic approach, the main structural and functional elements of the model of self-leadership are distinguished.

Key words: self-leadership, systemic approach, acmephenomenon, structural-functional model.

В последние годы феномен лидерства становится актуальной областью исследований в сфере психологии, политологии, социологии, истории, экономики и менеджмента, вызывает интерес практиков в области бизнеса и политики, а также является ключевым фактором стратегического развития нашей страны. Так, в 2017–2018 гг. под патронажем президента РФ стартовал новый проект по поиску, отбору и обучению кадрового резерва управленцев в коммерческой и государственной сфере: «Лидеры России». Как отмечают сами разработчики проекта, мероприятие включает «интенсивный нетворкинг, встречи с экспертами и деловые игры». Несмотря на некоторые организационные новшества конкурса в 2019 г., организационно-психологическая сущность проекта как площадки для оценки, отбора и подготовки кадрового резерва, а также взаимодействия, общения и обмена опытом, сохранилась. Отметим, что среди ключевых компетенций профессионалов разных профилей в XXI в. выделяют компетенции, связанные с системным, критическим, творческим мышлением, навыки работы в творческих командах, а также коммуникативные компетенции.

Тем не менее с точки зрения терминологии, принятой в психологии, под «управленцами» в конкурсе «Лидеры России» подразумеваются скорее топ-менеджеры или руководители, а не лидеры или предприниматели. Обучить даже высококомпетентных, талантливых управленцев предпринимательской деятельности (как слабо алгоритмизированной, связанной с высокой степенью неопределенности) или лидерской активности (как основанной, прежде всего, на ценностях и видении, миссии, смысле) представляется в рамках любых стандартизированных проектов сложной задачей. Так, ролевой репертуар и успешных менеджеров, и предпринимателей, и бизнесменов, согласно концепциям Г. Минцберга, М. Белбина, В. И. Викторова, С. Уэллса и др. исследователей, включает роль «лидера» [1], выполняющего задачи мотиватора, принимающего решения, наставника, координатора. Несмотря на распространенность термина «лидер» в различных науках, а также описаниях практиков, начиная с самих участников и организаторов проекта «Лидеры России»,

заканчивая ведущими (уже признанными) топ-менеджерами и предпринимателями различных компаний как в России, так и в США (как основного конкурента в самой динамичной и инновационной сфере информационных технологий, искусственного интеллекта, big data и т. д.), данный термин часто выступает синонимом таких понятий, как «предприниматель», «бизнесмен», «менеджер», «руководитель». Более того, в качестве системообразующего компонента данного феномена выступают различные способности, навыки и умения, компетенции обсуждаемых субъектов лидерской активности, что затрудняет отбор, развитие самого лидера и последующее (уже самостоятельное, без наставника) становление в рамках профессионального и жизненного пути личности [2].

Принимая лидерство как более масштабный феномен и учитывая, что лидерство проявляется (как и творчество) в различных сферах деятельности человека (социальной, научной, научно-технической), можно предположить, что необходимо определиться с системообразующим феноменом, который бы объединял в единый вектор развития как внешний (связанный с формированием команды, эффективной работой), так и внутренний (связанный с личностным ростом) план лидерской активности. Примером подобного дизайна в описании явления может стать феномен творчества, который, как и лидерство, переживается как внутреннее состояние, проявляясь и как индивидуальное творчество (и описан в авторских моделях творческой деятельности, например, У. Диснея), и в групповой творческой активности (например, в теории шести шляп Эдварда де Боно). С некоторыми уточнениями индивидуальную модель творчества можно перенести на коллективное творчество команд и организаций. Лидерство как системное явление также представлено на различных уровнях действия социальных систем: отдельный человек (самолидерство), группа людей (команда), организация (разных масштабов). При этом необходимо определить некоторые системообразующие элементы, сохраняющие целостность данного акмефеномена на всех его уровнях проявления.

Отметим, что, несмотря на масштабный интерес к лидерству на уровне групп людей и организаций, феномен самолидерства пока остается слабо изученным. Так, существуют единичные публикации на данную тему, отраженные (на момент подготовки данной статьи) в отечественной научной библиотеке e-library. Данная ситуация обусловлена в том числе необходимостью системного подхода в исследованиях самолидер-

ства и изучения феномена самолидерства с учетом данных, полученных в различных отраслях психологии: организационной психологии, психологии инноваций, психологии управления и менеджмента, психологии труда, психологии личности и развития, социальной психологии и др.

Рассмотрим подробнее ракурсы исследования данного феномена. Во-первых, следует отметить, что сам термин «самолидерство» (self-leadership) был рассмотрен в 80-х и 90-х годах XX в. в работах Ч. Манца (Manz С. С.) и коллег (Sims Н., Neck С. Р. и др.) как довольно общее понятие, выходящее за рамки самодетерминации, самовлияния, саморегуляции, самоуправления и позволяющее субъекту прийти благодаря саморазвитию и самообучению к эффективности и успеху в различных сферах деятельности. Отметим, что в зарубежных работах и более позднего периода данный термин популярен и как основа для практико-ориентированных концепций, позволяющих создавать тренинги самолидерства, исследовать удовлетворенность трудом (Sudeshna Sinha, Javadi М. Н. М., Rezaee М. S., Salehzadeh R. и др.) на основе концепций необихевиористов (например, Альберта Бандуры). Так, термин “self-leadership” рассматривается на основе концепций самоэффективности (self-efficacy), самоменеджмента (self-management), самооценки и самоуверенности (self-consciousness), саморегуляции (self-regulation) в области организационной психологии, психологии менеджмента. В данных исследованиях выделяется когнитивно-поведенческий аспект (когнитивные конструктивные стратегии трансформируют стратегии поведения), а также отдельные элементы эмоциональной, волевой, мотивационной сфер личности, задействованные в данном феномене. Существует также опросник самолидерства (The Revised Self-Leadership Questionnaire), адаптированный для отечественной выборки Э. С. Ким [3].

Западный подход в описании и объяснении феномена самолидерства отличается недостатками, характерными для бихевиоризма и необихевиоризма, а также чрезмерным количеством синонимичных (хотя и содержательно отличных с точки зрения авторов) терминов. Акцент делается на отдельные качества и навыки, фрагментарные элементы сфер личности, преимущественно выделяются мотивационно-волевые аспекты личности (самовлияние, самонаправление и самомотивация как детерминанты успеха в любой деятельности). С точки зрения системного описания, принятого в отечественной психологии, такое узкое сведение одного феномена к другому (столь же слабо операционализированно-

му) представляется ошибочным и требует демаркации терминов. Более того, как акмефеномен самолидерство требует учета всех сфер личности с определением системообразующих элементов в каждой сфере и являющихся «точкой сборки» всей личности в целом.

Во-вторых, Л. Э. Дивина [4] рассматривает с точки зрения менеджмента самолидерство как структурную составляющую интегральной модели лидерства, включающую также харизму (природное обаяние) и лидерство вовне (мотивация и коммуникации с командой). Согласно автору, самолидерство включает три компонента: целеустремленность и самомотивацию; силу воли, мужество, решительность, нацеленность на результат, дисциплину; работу с препятствиями благодаря не реактивной, а проактивной позиции. Следовательно, с точки зрения данного подхода акцент делается, прежде всего, на волевую, а также эмоциональную и (косвенно) мотивационную сферу личности. К волевой сфере относятся такие волевые качества, как (по Е. П. Ильину, В. А. Иванникову, В. И. Селиванову и др.): сила воли, выдержка и самообладание, целеустремленность (которую делят на стратегическую, тактическую и оперативную, выделяя на основе данного деления навыки тайм-менеджмента), инициативность, самостоятельность, решительность, последовательность действий (связанных с самоконтролем и самооценкой). Антиволевыми качествами являются импульсивность, упрямство, негативизм, лень и др. Отметим, что в портрете бездарного руководителя, деструктивного лидера, данные качества присутствуют (например, в модели семи грехов К. Хаберкорна). Более того, самомотивация в зарубежной психологии является компонентом эмоционального интеллекта по Холлу, а в отечественной психологии самомотивация относится к потребностно-мотивационной сфере личности и обозначается как внутренняя мотивация.

В-третьих, следует отметить многочисленные, появившиеся в последние несколько лет работы Э. С. Ким и коллег, в которых самолидерство изучается, в первую очередь, с точки зрения совладающего поведения, копинг-стратегий, толерантности к неопределенности в экстремальных, кризисных ситуациях. Так, Э. С. Ким [5] делает акцент на необходимости исследования самолидерства и его составляющих параметров: целеполагание, самопоощрение, самонаказание, самонаблюдение, самоконтроль, фокусировка мыслей, визуализация успешного выполнения, диалог с самим собой и самооценка. Таким образом, феномен самолидерства в данных работах представлен аналогично западным концеп-

циям не как системный акмефеномен. При этом возникает вопрос проявления самолидерства в условиях стабильности, а не только кризиса и неопределенности. Так, по К. Кристенсену необходимы и «подрывные», и «поддерживающие» технологии в организации. В терминах бифуркационного развития личности необходимо определить не только точки бифуркации, но и параметры, обеспечивающие устойчивое функционирование личности.

Учитывая перспективность исследования акмефеномена самолидерства с позиции системного подхода, необходимо осуществить задачу операционализации данного понятия. Отметим, что описание лидерства как сложной системы содержит следующие подсистемы: лидерство в организации в целом, лидерство в командах, самолидерство. Самолидерство является ядром данной системы, более того, в терминах системного анализа можно назвать самолидерство аттрактором. Так, суперлидерство проявляется как субъективное переживание самолидерства на уровне уже субъект-субъектных взаимодействий в подсистемах «команда» и «организация».

В реальных ситуациях личность выступает как сложная система взаимодействующих сфер, взаимодополняющих и частично компенсирующих друг друга. Деструктивные внутренние элементы проявляются в деструктивных внешних формах. Так, эгоцентризм мышления проявляется в эгоцентризме речи: т. е. невозможность децентрироваться и посмотреть на ситуацию с другой стороны ведет к варварскому влиянию, неэффективным коммуникациям и, как следствие, конфликтам в организации. Так, Г. С. Альтшуллер задолго до западных исследователей предложил модели ТРИЗ и ТРТС (теории решения изобретательских задач и теории развития технических систем), которые были высказаны на собственном опыте и основаны на системном восприятии личности как целостности через системообразующий фактор ценностей, что отразилось в создании концепции жизненной стратегии творческой личности (ЖСТЛ).

Обобщим на основе системного подхода основные структурно-функциональные элементы модели феномена самолидерства на уровне отдельного субъекта с учетом основных сфер психики (когнитивной, эмоционально-волевой, ценностно-мотивационной, поведенческой) и их внешнего (поведенческого) и внутреннего (личностного) планов деятельности.

К эмоционально-волевой (регуляторной) сфере относится такое интегральное качество личности, как эмоциональный интеллект (включая

параметры самомониторинга эмоций, управление эмоциями, самомотивации, эмпатии, распознавания эмоций других людей) и волевые качества личности. Внешний план проявления эмоционально-волевой (регуляторной) сферы личности отражается в саморегуляции поведения, которую можно также развить с помощью бихевиориально-ориентированных тренингов, направленных на формирование отдельных навыков (например, тайм-менеджмента, т. е. целеполагания, планирования и контроля) или установок (оптимизма).

К когнитивной сфере относится такое интегральное качество личности, как системное мышление, объединяющее (в разных терминологиях) конвергентное и дивергентное мышление, вертикальное и латеральное мышление, различные виды и стили мышления, формирующие самосознание. Внешний план проявления когнитивной сферы личности отражается в форме индивидуальной стратегии мышления и индивидуального стиля мышления, которые можно также развить с помощью упражнений, направленных на формирование отдельных навыков (например, дистанцирования).

Наиболее сложной с точки зрения индивидуализации является ценностно-мотивационная сфера, к которой относится такое интегральное качество личности, как ценности и смысл жизни, определяющий самодетерминацию субъекта. Внешний план проявления ценностно-мотивационной сферы личности отражается в жизненном пути личности (и субъективно переживается как самоуважение, самодостаточность, самоэффективность, самоактуализация). Отметим, что последние тенденции в области оценки успешности предпринимателей (в отличие от более количественного критерия эффективности) ориентированы на показатели субъективного переживания успехов и даже счастья (калейдоскоп успеха Л. Нэш и Г. Стивенсона). Данный аспект личности рассматривается в рамках жизненного пути и жизненных стратегий личности, которая предстает уже как индивидуальность.

Наиболее изученной с точки зрения практики создания тренингов (особенно на уровне командой работы) является поведенческая сфера, включающая различные интеракции, включая коммуникации. Интегральные качества личности в данной сфере — социальный и практический интеллекты. Внешний план проявления поведенческой сферы личности отражается в форме ролевого репертуара личности, определяемого паттерном ключевых ролей и стратегий поведения (включая рече-

вое поведение), которые можно также развить с помощью упражнений, направленных на формирование отдельных навыков (например, навыка самопрезентации).

Литература:

1. **Белова, Е. В.** Формирование системного мышления и лидерских компетенций у студентов и аспирантов технических вузов: монография / Е.В. Белова. — СПб. : СПбГУТ, 2018.

2. **Белов, В. В.** Проблема созидющего организационного лидерства в современной российской политике / В. В. Белов, Е. В. Белова // Управленческое консультирование. — 2018. — № 5 (113). — С. 30–41.

3. **Ким, Э. С.** Методика диагностики самолидерства / Э. С. Ким // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: Познание. — 2019. — № 07. — С. 45–59.

4. **Дивина, Л. Э.** Интегральная модель лидерства. Современные исследования проблем управления кадровыми ресурсами / Л. Э. Дивина // Сб. научных статей по результатам III международной научно-практической конференции: в 3-х т. / Отв. за вып. Н. М. Петрищенко. — 2018. — С. 224–229.

5. **Ким, Э. С.** Определение, сущность и структура самолидерства / Э. С. Ким // Международный журнал прикладных наук и технологий Интеграл. — 2019. — № 3.

УДК 339.138

К. Е. Виноградова

Типологические характеристики специальных мероприятий в интернет-среде

К. Е. Vinogradova

Typological characteristics online special events

Аннотация. Внедрение новых технологий повлияло на событийный маркетинг. Проведение веб-событий является трендом в коммуникацион-

ной практике. Автор дает определение специального онлайн-мероприятия; называет задачи, которые субъект PR может решать посредством данных мероприятий. В статье предлагается подход к типологизация специальных онлайн-событий.

Ключевые слова: онлайн-мероприятия, типология специальных мероприятий, событийный маркетинг.

Abstract. The advent of new technologies has influenced event marketing. Web events are a trend in communication promotion. The author defines a special online event and names the tasks that the company can solve through these events. The article suggests ways to identify the typology of online events.

Key words: online events, typology of special events, event marketing.

Специальные события являются проверенным и широко распространенным инструментом продвижения. Внедрение новых технологий привнесло свои коррективы в событийный маркетинг [4; 5]. Трендом в коммуникационной практике является включение в программу продвижения организаций специальных мероприятий в онлайн среде. Ведущие event-агентства России предлагают услуги по организации веб-событий [3]. Популярность онлайн-мероприятий обусловлена рядом факторов: экономическими (снижение организационных расходов, сокращение временных издержек), географическими (отсутствие территориальной привязки, общедоступность), предпочтениями целевой аудитории, интерактивными возможностями.

Внесение новых технологических особенностей организации мероприятий не отменяет того факта, что специальное событие, проходящее в веб-среде, остается инструментом связей с общественностью и призвано решать задачи субъекта PR. Спектр и масштаб данных событий вышел далеко за рамки малого бизнеса. Весьма показателен пример платформы для онлайн-трансляций «Культурный стриминг», которая создана на базе портала «Культура.РФ» в рамках национального проекта «Культура» [2]. Задача проекта — культурно-просветительская, о своем участии в проекте может заявить любой организатор культурных мероприятий, который подаст заявку и пройдет отбор экспертной комиссии. Трансляции культурных мероприятий доступны всем пользователям сети Интернет. Организаторы берут на себя коммуникационную поддержку проектов: размещают анонс, отвечают на вопросы аудитории, собирают статистические данные по трансляции.

Специальные онлайн-мероприятия сами позволяют решить ряд задач:

1. Установление двусторонней коммуникации с целевой аудиторией;
2. Поддержание бренда и имиджа;
3. Поддержание репутации;
4. Управление восприятием и общественным мнением;
5. Обеспечение присутствия компании в информационном поле, информирование о деятельности организации;
6. Повышение внимания к онлайн-ресурсам и площадкам компании;
7. Коммерческие задачи: поступления от реализации билетов (возможности участия) в мероприятии, продажи товаров и услуг. Прибыль от мероприятий может поступать как напрямую, так и опосредованно — как дополнительный эффект от стимулирования сбыта и продаж.

Профессор А. Д. Кривоносов предложил определение специального мероприятия: «спланированное мероприятие, акция, событие, инициированное базисным субъектом PR и направленное на достижение прагматических коммуникативных целей данного субъекта, способствующее приращению его публичного капитала» [1. С. 173]. В отношении онлайн-мероприятия будет уместным добавить уточнение: спланированное мероприятие (акция, событие), проходящее в виртуальном пространстве с использованием коммуникационных технологий, инициированное базисным субъектом PR, направленное на достижение коммуникативных целей данного субъекта, способствующее приращению публичного капитала.

Специальные онлайн-события можно типологизировать следующим образом:

- проходящие исключительно онлайн и смешанные: большая часть участников находится в одном месте, откуда ведется онлайн-трансляция;
- по численности участников: малое количество (3–5 участников); среднее количество (до ста участников), крупное мероприятие (от ста и более);
- по тематической направленности: экономическое, туристическое, культурное, детское и пр.;
- по задачам, которые ставят организаторы: образовательные, развлекательные, научные, налаживания профессиональной коммуникации и пр.;
- по целевой аудитории: для широкой аудитории (доступно для лю-

бого человека в сети) и для специализированной аудитории (клиентов, деловых партнеров, экспертов, представителей СМИ, блогеров и т. д.);

– по стоимости участия: бесплатные, платные (плата за регистрацию, оргвзнос за участие в мероприятии), условно-платные (участие предоставляется при выполнении каких-либо условий; как бонус за покупку; членам объединения, организации, клуба и пр.);

– по времени проведения: онлайн или проходящие в записи;

– по включенности участников: с возможностью участия в дискуссии (односторонняя, двусторонняя, многосторонняя связь), возможностью обмена видео-, аудио- или текстовой информацией.

В зависимости от масштаба и цели мероприятия выбирается платформа для онлайн-мероприятия: это может быть собственный сайт компании, специальные сервисы для организации мероприятий (например: Eventleaf, Eventbrite, Click To MICE, MeYou и др.), социальные медиа (Instagram, ВКонтакте, Youtube и др.), коммуникационные площадки и мессенджеры (Whatsapp, Skype, Viber и др.).

Вопрос типологизации онлайн-мероприятий является новым в научном дискурсе. Нами выполнена попытка систематизации и понимания данного явления, предстоит понять существующие подходы и методы, лежащие в основе организации веб-мероприятий. Важной особенностью онлайн-ивентмаркетинга является то, что в онлайн среде любое мероприятие может трансформироваться и приобретать новые конвергентные формы.

Литература:

1. **Кривонос, А. Д.** Основы теории связей с общественностью / А. Д. Кривонос, О. Г. Филатова, М. А. Шишкина. — СПб. : Питер, 2010.

2. Культурные мероприятия онлайн: [Электронный ресурс] // Культура.РФ. URL: <https://www.culture.ru/materials/254069/kulturnye-meropriyatiya-onlain> (Дата обращения 28.10.2019).

3. **Осипова, Е. Р.** Анализ деятельности ведущих event-агентств в России / Е. Р. Осипова, М. И. Симбаева, А. А. Бокова // Материалы и методы инновационных исследований и разработок. Сборник трудов конференции. Челябинск, 17 марта 2019 г. — Челябинск, 2019. — С. 139–141.

4. **Hede, A. M.** Building online brand communities: Exploring the benefits, challenges and risks in the Australian event sector / A. M. Hede, P. Kel-

lett // Journal of Vacation Marketing. — 18 (3). — P. 239–250. URL: <https://doi.org/10.1177/1356766712449370> (Дата обращения: 28.10.2019).

5. **Yeoman, I.** The Future of Events and Festivals / I. Yeoman, M. Robertson, U. McMahon-Beattie; K. Smith, E. Backer (eds). — Oxon : Routledge, 2014.

УДК 372.881.11.1(073)

Ю. В. Гоман

Технология развития умений эмоционального интеллекта у студентов технического вуза

I. V. Goman

Techniques of developing the skills of emotional intelligence to students of technical universities

Аннотация. В статье рассматриваются способы развития умений эмоционального интеллекта в техническом вузе на занятиях по иностранному языку. Приводятся определения четырех умений, входящих в состав эмоционального интеллекта. Предлагаются упражнения для развития каждого из умений.

Ключевые слова: эмоциональный интеллект, осознание собственных эмоций, управление собственными эмоциями, иностранный язык.

Abstract. The article considers the ways of developing the skills of emotional intelligence at classes of a foreign language at a technical university. The four skills comprising emotional intelligence are defined. The exercises for developing of every skill are given.

Key words: emotional intelligence, awareness of personal emotions, management of personal emotions, foreign language.

Эмоциональный интеллект, а именно способность человека понимать и управлять собственными эмоциями и эмоциями других людей и, следовательно, эффективно строить взаимодействие в обществе, — важнейшая составляющая «гибких» навыков для специалиста в любой области. Под «гибкими» навыками подразумевается комплекс социальных и коммуникативных способностей, не связанных с конкретной про-

фессиональной областью. Такие способности могут обеспечить высокую производительность; к ним относятся личностные качества, например, ответственность; социальные навыки, например, эмоциональный интеллект, и менеджерские способности, например, лидерство [1].

Эмоциональный интеллект включает в себя четыре основные способности: способность осознавать собственные эмоции, способность осознавать эмоции других людей, способность управлять собственными эмоциями, способность управлять эмоциями других людей [2]. Исследователи также выделяют пятую способность — использование собственных эмоций для осуществления креативной деятельности [3]. Осознание эмоций предполагает способность точно их описать, а также установить причины и последствия их возникновения. Управление эмоциями заключается в способности спланировать действия для реакции на определенную эмоцию, а также использовать коммуникативные стратегии адаптации собеседника, испытывающего, например, отрицательную эмоцию. Использование эмоции для мотивации к деятельности предполагает перенос имеющейся энергии в позитивное русло и осуществление деятельности, которая поможет в развитии творческого потенциала личности.

Такой «гибкий» навык, как эмоциональный интеллект очень важен для учащихся вузов. Учебная деятельность предполагает взаимодействие с другими людьми, поэтому ее эффективность зависит от успешного общения. Успешности общения будут способствовать развитые способности осознавать эмоции других людей. Способность управлять эмоциями других людей поможет избежать возможных конфликтов. Более быстрому пониманию учебных ситуаций, точному выбору учебных действий по освоению материала, а также правильной реакции на обратную связь, полученную от преподавателя, будут способствовать умения осознавать и управлять собственными эмоциями. Мотивация для осуществления эффективной работы будет обеспечиваться благодаря способности использовать эмоции для осуществления креативной деятельности.

Развитый эмоциональный интеллект имеет важное значение для будущего трудоустройства и успешности в профессиональной деятельности выпускников вузов. Ассоциация бизнес-образования США определяет «гибкие» навыки как критически важный фактор трудоустройства в условиях современного рынка труда [4].

Обширная область применения эмоционального интеллекта — от академической до профессиональной деятельности — придает данному умению особую значимость в профессиональном становлении выпускников технического вуза.

В российской системе образования данному умению не уделяют достаточно внимания. Таким образом, необходимо восполнить данный пробел и ввести в обучение развитие умений эмоционального интеллекта для более тщательной подготовки молодого специалиста к решению важных профессиональных задач и адекватного построения отношений с российскими и зарубежными партнерами.

В связи с вышеупомянутой проблемой актуальными становятся изменения в сфере образования [5]. Возникает необходимость переработки образовательных программ и введения в содержание обучения «гибких» навыков. Сегодня к образованию, в частности к его высшей ступени, предъявляются дополнительные требования: подготовить точечного специалиста, который в то же время обладает развитыми над-профессиональными умениями, например умениями эффективного общения, лидерскими качествами и высоким уровнем ответственности за принятие решений в профессиональной деятельности.

На современном этапе обучения в вузе важная роль отводится межпредметным связям. Развитие определенных навыков и умений в одной сфере знаний может происходить в процессе обучения другой дисциплине. Иностранный язык обладает огромным потенциалом в данном направлении. На занятиях по иностранному языку студенты овладевают иноязычной коммуникативной деятельностью, усваивают правила академического и делового этикета. В условиях обучения иностранному языку в вузе возможно спланировать развитие эмоционального интеллекта на занятиях по данной дисциплине в процессе развития иноязычных коммуникативных умений, а именно умений аудирования, монологической и диалогической речи.

Цель исследования — развитие умений эмоционального интеллекта у студентов технического вуза Санкт-Петербурга на занятиях по иностранному языку, а именно: умений осознавать, и управлять собственными эмоциями, а также эмоциями других людей; умения использовать эмоции для осуществления креативной деятельности.

Развитие умений эмоционального интеллекта проводится на занятиях по иностранному языку со студентами Санкт-Петербургского

горного университета 1-го и 2-го курсов в процессе изучения тем «Характер и взаимодействие людей», «Отношения в семье», «Профессиональные качества будущего инженера», которые входят в программу изучения иностранного языка.

Первый блок способностей эмоционального интеллекта — способности осознавать свои эмоции и эмоции других людей. Эти способности можно развивать в следующих упражнениях:

1. Просмотреть список прилагательных и составить ряд синонимов, описывающих эмоциональные состояния людей, на иностранном языке. Цель упражнения — проверить, насколько точно студенты отождествляют эмоции с лексическими единицами, которые их обозначают.
2. Предложить студентам ознакомиться с ситуацией, назвать эмоцию, которую они испытывают в такой ситуации, и попросить описать эту эмоцию, используя минимум пять близких по значению прилагательных на иностранном языке. Цель упражнения — развитие умения точно описывать эмоциональное состояние в связной речи.

Второй блок способностей эмоционального интеллекта — способности управлять собственными эмоциями и эмоциями других людей. Его можно развивать в следующих упражнениях:

1. Предложить студентам описание отрицательной эмоции на иностранном языке, например, эмоции раздражения или ее крайней формы проявления — гнева. Попросить вспомнить и описать пример, когда они испытывали эту эмоцию, и рассказать, какие последствия вызвал этот опыт. Цель упражнения — осознать причины и последствия возникновения отрицательной эмоции.
2. Предложить студентам письменно на иностранном языке ответить на вопрос: «Что я могу сделать в ситуации, когда я испытываю гнев/раздражение?» Цель упражнения — спланировать действия в напряженной ситуации для повышения контроля над собственным состоянием.

Третий блок способностей эмоционального интеллекта включает способность использовать эмоции для осуществления креативной деятельности. Для развития данной способности предлагаются следующие упражнения:

1. Посетите выставку художника-авангардиста, с творчеством которого вы ранее не были знакомы. Выберите картину и опишите

на иностранном языке, что вы видите, а также эмоции, которые вы испытываете при ее изучении. Цель упражнения — ознакомление и описание нового опыта и эмоционального состояния, которое сопровождает восприятие произведения искусства, на иностранном языке.

2. Отправляйтесь на прогулку по городу и изучите здание, выполненное в архитектурном стиле «авангард». Опишите на иностранном языке ваши впечатления от увиденного, а также замысел архитектора в вашей трактовке. Выявите общие черты в обоих произведениях. Цель упражнения — сравнение произведений искусства, выполненных в одном стиле, но относящихся к разным видам искусства, стимуляция интеллектуальной деятельности.

Таким образом, развитие дополнительных компетенций у будущих инженеров будет способствовать повышению их востребованности на рынке труда; осуществление данной деятельности на занятиях по иностранному языку дает возможность практиковать использование иностранного языка в академической и профессиональной деятельности.

Литература:

1. **Персиянов, К.** Навыки XXI века, или что такое гибкие навыки, сквозные компетенции и глубокое мышление?: [Электронный ресурс]/К. Персиянов//cont.ws. URL: <https://cont.ws/@ashacontws/1046114> 27.08.2018 (Дата обращения: 28.10.2019).

2. **Goleman, D.** Leadership that gets results / D. Goleman. — Harvard : Harvard Business Review, 2000.

3. **Meyer, J.** Emotional Intelligence. [Электронный ресурс] / J. Meyer, P. Salovey, D. Caruso and others // ei.yale.edu. URL: http://ei.yale.edu/wp-content/uploads/2013/09/pub312_EIchapter2011final.pdf February, 2011 (Дата обращения: 28.10.2019).

4. **Васильев, В.** Как правильно выбрать профессию и подготовить себя к ней? Что такое профессиональное самоопределение и при чем тут ваш жизненный успех? / В. Васильев // Образовательный медиа-проект Newtonew. 2017.

5. **Adler, L.** The 15 crucial 'soft skills' the best leaders have in common. [Электронный ресурс] / L. Adler // weforum.org. URL: <https://www.weforum.org/agenda/2015/03/the-15-crucial-soft-skills-the-best-leaders-have-in-common> (Дата обращения: 28.10.2019).

**Политическое лидерство в социальных медиа:
коммуникационный аспект¹**

Y. A. Dobrovolskaya

**Political leadership in social media:
communicative aspect**

Аннотация. В статье предпринята попытка выделения феномена политического лидерства в социальных медиа в качестве нового коммуникационного феномена, представляющего интерес для научного осмысления. Поле социальных медиа представляется в качестве сферы формирования и функционирования политических лидеров, в котором происходит генезис политического лидерства с присущими ему стилями и коммуникационными технологиями.

Ключевые слова: политическая коммуникация, политическое лидерство, социальные медиа.

Abstract. The article is devoted to the new the phenomenon of political leadership in social media as a new communicational phenomenon for scientific research. The social media is presented as a place, where political leaders with own styles and communicational technologies are appeared.

Key words: political communication, political leadership, social media.

Сегодня стремительное развитие Интернета характеризуется смещением фокуса с информационного на коммуникационный аспект. В системах социальных медиа внедряются новые интерактивные формы взаимодействия. Традиционные мессенджеры и комментарии в социальных медиа дополняются технологиями мобильных трансляций, оперативными чат-ботами, виртуальными студиями, опросами и викторинами. Алгоритмы показов базируются на показателях вовлеченности

¹ Статья представлена научным руководителем профессором, доктором политических наук, заведующей кафедрой связей с общественностью в политике и государственном управлении Санкт-Петербургского государственного университета Ачкасовой Верой Алексеевной.

и активности пользовательской аудитории. Наряду с этим продолжается виртуализация основных сфер жизни общества. Все это касается и политических процессов. В частности под влиянием виртуализации в социальных медиа возникают новые каналы коммуникации между властью и обществом, происходит формирование нового политико-коммуникационного феномена — особого типа политического лидерства.

Научное осмысление политического лидерства не теряет актуальности. Став сначала предметом исторической рефлексии и философских размышлений о государстве, феномен прошел путь от религиозных интерпретаций до социологической глобализации [1]. Тем не менее единое определение феномена отсутствует, а в политической науке распространено многообразие подходов к изучению. Наиболее известны: функциональный подход, где определяющей категорией выступает функция осуществления власти; институциональный, в котором лидерство представлено как механизм удержания власти; культурологический, где феномен рассматривается в качестве элемента политической культуры; ситуационный, где лидер предстает как продукт отдельно взятой ситуации; психологический и психоаналитический подходы, в которых лидерство понимается через психологические качества или комплексы. Несмотря на множество подходов, не ограниченных приведенными выше примерами, исследователи сходятся во мнении, что политическое лидерство всегда наделено властью, функцией влияния или особым управленческим статусом. Исходя из представленного многообразия, ученые предложили разнообразные типологии лидерства, самые известные принадлежат М. Веберу, Ж. Блонделю, М. Херманну, Р. Такеру. В основе классификаций находятся поведенческие особенности и положение лидера в управленческой иерархии, социальные роли, цели общественного влияния и многое другое [2].

В то же время процесс формирования лидерства универсален. По мнению отечественных исследователей А. В. Смоляра и Т. В. Семькиной, лидерство возникает в ответ на необходимость формирования согласованной стратегии для достижения коллективных целей. В связи с этим универсальность лидера определяется востребованностью такового у общественных групп. По мере того, как эволюционирует общество, развивается и феномен лидерства. Так, с усложнением государственной системы лидерство трансформировало политические процессы, став важнейшим компонентом государственной жизни [3; 4].

Виртуализация политической сферы и внедрение политических процессов в социальные медиа привели к возникновению политического лидерства внутри этой коммуникационной системы. Таким образом, социальные медиа стали сферой формирования и функционирования политических лидеров. Это, в свою очередь, определяет научный интерес не только к очередному теоретическому осмыслению сущности самого феномена, исследовательская интерпретация которого находится в фокусе классической политологической науки, а конкретно к генезису политического лидерства в социальных медиа, с присущими ему стилями и коммуникационными технологиями.

Реализация такой исследовательской миссии требует решения целого ряда задач. В первую очередь, необходимо детально описать причины и значение происходящего для всех групп участников политических процессов, поскольку лишь констатация общих тенденций в области развития коммуникационных технологий не позволяет увидеть ситуацию в комплексе. Анализ позволит выявить цели политического лидерства в социальных медиа и предположить возможные политические ориентиры в социальных медиа. Кроме того, знание причин и направлений может стать одним из возможных вариантов новой типологии политического лидерства в социальных медиа.

Далее необходимо выявить и проанализировать технологии формирования политического лидерства в социальных медиа. Важно проанализировать, являются ли представленные технологии механизмами становления лидера «с нуля» или только позволяют расширить поле влияния политического лидера, будучи своеобразным вариантом виртуализации коммуникаций. Решение этой задачи позволит найти ответ на вопрос о субъекте политического лидерства и выделить отдельную типологию.

Следующий этап — анализ технологий взаимодействия политического лидера и его последователей в социальных медиа. Именно решение этой задачи позволит понять, как происходит политическая коммуникация в виртуальном пространстве, а значит получить возможность описания стилей политического лидерства в социальных медиа. Кроме того, это позволит провести компаративный анализ политического лидерства онлайн и офлайн, выявив сущность феномена внутри пространства социальных медиа. Представленные варианты также могут составить основу для типологизации политического лидерства.

В конечном итоге, совокупность исследовательских задач должна быть направлена на анализ и описание стратегий политического лидерства в социальных медиа, что означает возможность определения ожидаемых изменений в области политики, методов их достижения в будущем и условий для внедрения политических процессов. И наконец, исследования степени влияния новых политических лидеров на принятие политических решений.

Однако реализация представленного плана осложняется поиском релевантной эмпирической базы и соответствующих методов исследования. Для сбора эмпирической информации можно выбрать такие методы, как экспертное интервью, контент-анализ, анкетирование. На наш взгляд, необходимо использовать три типа источников:

- данные социальных медиа, которые непосредственно содержат информацию о деятельности политических лидеров (примеры);
- данные, полученные от политических лидеров, действующих в пространстве социальных медиа, а также от политических консультантов и практиков, в ведении которых находятся вопросы разработки коммуникационных стратегий для политических лидеров в социальных медиа;
- данные специализированных аналитических систем, таких как Медиалогия и Brand Analytics, позволяющих выявить степень эффективности коммуникационных кампаний.

Помимо этого подходящими для анализа могут быть данные коммуникационных агентств, результаты исследований ВЦИОМ, Левада-Центра, ICM Research, ComRes и др.

Разнообразие источников и методов потребует тщательного и комплексного анализа полученных данных, среди которых необходимо будет выделить компаративный анализ и метод научного моделирования, поскольку именно эти инструменты позволят выделить и описать процессы генезиса, а также коммуникационные стратегии политического лидерства как нового феномена в социальных медиа.

Литература:

1. **Блондель, Ж.** Политическое лидерство. Путь к всеобъемлющему анализу / Ж. Блондель; пер. с англ. Г. М. Квашнина. — М.: б. и., 1992.
2. **Фонарев, А. В.** Особенности и основные типы политического лидерства / А. В. Фонарев // Вестник Брянского государственного университета. — 2014. — № 2. — С. 392–397.

3. **Смоляр, А. В.** Политическое лидерство: определение, типология, функции и современные тенденции развития / А.В. Смоляр // Вестник Забайкальского государственного университета. — 2007. — № 3.

4. **Семькина, Т. В.** Политическое лидерство / Т. В. Семькина // Курс политологии / Общ. ред. А. Г. Грязнова. — М. : ИНФРА – М, 2002.

5. **Хромова, Е. Б.** Поле политики в социальной философии П. Бурдьё: некоторые элементы теории / Е. Б. Хромова // Вестник Пермского национального исследовательского политехнического университета. Культура. История. Философия. Право. — 2016. — № 1. — С. 34–43.

6. **Стелзнер, М.** Контент-маркетинг. Новые методы привлечения клиентов в эпоху Интернета / М. Стелзнер. — М. : Манн, Иванов и Фербер, 2011.

УДК 304.44

Н. В. Кирьянова

Особенности коммуникационного сопровождения проектов шоу-бизнеса

N. V. Kiryanova

Features of communication support of show business projects

Аннотация. В статье разрабатывается базовая схема продвижения зрелищной услуги (концертного выступления), учитывая специфику шоу-бизнеса.

Ключевые слова: шоу-бизнес, коммуникационное сопровождение, репетиционный процесс, премьерные выступления.

Abstract. The article develops a basic scheme for promoting entertainment services (concert performances), taking into account the specifics of show business.

Key words: Show business, communication support, rehearsal process, premiere performances.

Шоу-бизнес является частью современной культуры. Культура, в свою очередь, интегрируется с бизнесом, превращаясь в целую индустрию досуга. На рынке необычайно высок спрос на услуги развлекательного характера. Шоу-бизнес представляет собой масштабную отрасль, которая функционирует согласно всем правилам и законам рыночной экономики. На развитие шоу-бизнеса как индустрии досуга оказывают воздействие следующие факторы:

- рост спроса на культурно-зрелищные мероприятия;
- рост числа организаций, предоставляющих развлекательные услуги;
- рост конкурентной борьбы (в связи с вышесказанным);
- применение интегрированных коммуникаций: PR, рекламы и маркетинга.

Большую роль играет развитие инноваций, так как это способствует совершенствованию и усложнению технологий предоставления развлекательных услуг.

Специфика сферы досуга состоит в том, что в ней базовым компонентом является иррациональный психологический фактор, потребности человека в положительных эмоциях, которые выше рациональных экономических факторов. По данной причине в любых социально-экономических условиях досуговый бизнес не теряет актуальности, а является главным манипулятором, играющим на человеческих потребностях, согласно пирамиде Маслоу.

На сегодняшний день спектр досуговых организаций необычайно широк. Все это создает жесткую конкуренцию и борьбу за потребителей среди компаний, осуществляющих свою деятельность в развлекательном секторе. Поэтому коммуникация с аудиторией играет огромную роль в реализации любого проекта шоу-бизнеса.

PR-технологии, применяемые в шоу-бизнесе имеют ряд отличительных черт:

- некая эксцентричность артистов обусловлена их профессиональной деятельностью (не является PR-технологией в данном контексте);
- особое значение в шоу-бизнесе имеет персональный имидж артиста и его позиционирование;
- всевозможные слухи и скандалы в шоу-бизнесе позволяют управлять процессом продвижения объекта PR-технологий;
- публика готова бесконечно обсуждать недостатки игры актеров или выступления артистов вне зависимости от того, как они восприни-

мают объект обсуждения, и независимо от того, имеется ли внешнее информационное воздействие на предмет обсуждения, что принципиально отличает шоу-бизнес от коммерческой деятельности или политической сферы [1].

Планирование коммуникационного сопровождения включает в себя выбор каналов коммуникации, даты размещения материалов и, конечно же, выявление целевой аудитории. От того, насколько точно будет определена целевая аудитория, зависит эффективность всех коммуникационных действий. Знание целевой аудитории является очень важным при выборе каналов коммуникаций.

Также «при подборе арсенала информационных средств надо учитывать не только целевую аудиторию события, но и характер самого мероприятия, уместность информации о нем в рамках того или иного информационного ресурса» [2].

Так как в данной статье специфика шоу-бизнеса будет рассматриваться на примере музыкального коллектива (симфонического или джазового оркестра, исполнителей поп-музыки, хорового коллектива и т. п.), целесообразно отследить этапы коммуникационного процесса, освещающего концертную деятельность. Здесь можно выделить четыре этапа.

Первый этап коммуникационного сопровождения — это начало формирования той или иной концертной программы. Уже на данном этапе нужно довести до потенциальной публики начальные данные о компании, участниках шоу, взятых в работу музыкальных произведениях. Информационное поле начинает создаваться вокруг известных фактов, связанных с шоу (история того или иного хита, композитора, музыкального инструмента). На этом этапе целью является формирование зрительских ожиданий. Важно разнообразие способов подачи информации, чтобы она не потерялась в общем информационном потоке и оказалась интересной для потенциального зрителя.

Второй этап — активная работа над программой, репетиционный процесс. Информационные сообщения здесь отходят на второй план. Вперед выходят интересные, содержательные репортажи с репетиций, интервью с участниками шоу, первые рекламные и PR-сообщения. Формирование концепции коммуникационного сопровождения концерта складывается на основании мнений и точек зрения всех, кто причастен к репетиционному периоду, включая, естественно, и сам артистический коллектив.

Третий этап освещает премьерные концерты. Самое важное здесь — зрительский отклик. Необходимо подробное изучение устных и письменных рецензий, а также установление обратной связи. Оценка правильности адресации информационного сообщения. Используются форумы, блоги, социальные сети. Происходит некий обмен мнениями. На формирование концепции коммуникационного сопровождения существенное влияние оказывают первые зрители. Возникает «сарафанное радио». СМИ, лидеры мнений и музыкальные критики, в свою очередь, тиражируют собственную точку зрения о программе. Только с окончанием премьерных прокатов и в результате обратной связи концепция коммуникационного сопровождения приобретает законченные черты.

Четвертый этап связан с пост-премьерным прокатом программы. К сожалению, данному этапу коммуникационного сопровождения специалисты сценического менеджмента посвящают очень мало литературы. Да и практики концертного бизнеса, как правило, «сбрасывают» отработанное шоу на билетные службы. Между тем информационное сопровождение шоу должно продолжать «жить», как и само шоу, чутко фиксируя и тут же отражая происходящие в программе изменения. Главной проблемой на стадии проката одной и той же программы является поиск информационных поводов для напоминания зрителям о существовании коллектива. Здесь важнее остальных являются профессиональные PR-навыки коммуникатора.

Еще одной важной специфической чертой информационного сопровождения шоу такого типа является концентрация на лидере проекта, в данном случае это дирижер-бренд. Он всегда является центральной фигурой коммуникационной кампании. Здесь ключевыми технологиями являются имиджмейкинг и позиционирование. В традиционном подходе в рамках этих направлений формируется и поддерживается устойчивый образ, который определенным образом воспринимается общественностью.

Таким образом, коммуникационное сопровождение представляет собой комплекс действий, осуществляемых средствами связей с общественностью с целью эффективного управления информацией для формирования репутации компании, поддержания ее имиджа и создания конкурентных преимуществ.

Отдельные компоненты коммуникационного сопровождения формируются поэтапно и складываются в единое смысловое целое, форми-

рующее представление о шоу и коллективе в целом. В конечном счете определяется место компании на рынке шоу-бизнеса. Таким образом, важнейшим условием успешного пребывания музыкального проекта на рынке можно считать грамотное, профессиональное, творчески активное использование описанных выше технологий создания коммуникационного сопровождения шоу на протяжении всего цикла — с момента разработки программы концерта и начала репетиционного процесса до момента завершения конкретной концертной программы.

Литература:

1. **Нестеров, А. К.** PR в шоу-бизнесе: [Электронный ресурс] / А. К. Нестеров // Образовательная энциклопедия ODiplom.ru. М., 2018. URL: <http://odiplom.ru/lab/pr-v-shou-biznese.html> (Дата обращения: 28.10.2019).
2. Event Marketing как он есть: [Электронный ресурс] // Энциклопедия маркетинга. URL: https://www.marketing.spb.ru/lib-mm/btl/event_marketing.htm. (Дата обращения: 28.10.2019).

УДК 003 + 004.8

*С. В. Коньшин,
Е. С. Витулёва,
И. Э. Сулейменов*

**Коммуникации в обществе:
взгляд с позиций теории нейронных сетей**

*S. V. Konshin,
Ye. S. Vitulyova,
I. E. Suleimenov*

**Communications in society: a view from the standpoint
of the theory of neural networks**

Аннотация. Обоснован новый подход к раскрытию сущности интеллекта, основанный на рассмотрении глобальной нейронной сети, создаваемой в результате коммуникаций между индивидами. Показано, что такая

сеть обладает собственной распределенной памятью, что позволяет обосновать точку зрения У. Эко на язык как фактор, «предшествующий человеку» с естественнонаучных позиций. Показано, что данная точка зрения сегодня становится особенно актуальной в связи с повышенной значимостью разработок, направленных на создание систем искусственного интеллекта.

Ключевые слова: нейронные сети, искусственный интеллект, четвертая технологическая революция, естественные языки, инфокоммуникационные технологии.

Abstract. A new approach to the disclosure of the essence of intelligence, based on the consideration of the global neural network created as a result of communication between individuals, is substantiated. It is shown that such a network has its own distributed memory, which makes it possible to substantiate the point of view of W. Eco on the language as a factor “preceding man” from natural science positions. It is shown that this point of view today is becoming especially relevant in connection with the increased importance of developments aimed at creating artificial intelligence systems.

Key words: neural networks, artificial intelligence, fourth technological revolution, natural languages, info-communication technologies.

В предисловии к монографии «Отсутствующая структура» Умберто Эко, говоря о природе семиотических исследований, подчеркнул, что все феномены культуры могут рассматриваться как факты коммуникации. В том же сочинении содержатся и куда более жесткие высказывания относительно той роли, которую играют естественные языки: «Впредь всякий, кто хочет объяснить феномен коммуникации, если он последователен, должен считать, что а) язык предшествует человеку и даже учреждает его как такового; б) не человек говорит на том или ином языке, но язык “проговаривает” человека» [1].

Высказывания такого рода до сих пор часто рассматриваются как некие метафоры, если не как некое отвлеченное умствование, не имеющее практического смысла.

Однако в данной работе на основании исследований, обобщенных в [2], доказывается, что этим утверждениям, которые первоначально были рождены в рамках гуманитарного знания, можно придать в том числе и строгий естественнонаучный смысл.

Основой для этого является классическая теория нейронных сетей. Ниже доказывается, что утверждения, высказанные Умберто Эко, могут быть полностью обоснованы на языке теории нейронных сетей; более того, отталкиваясь от них, можно развить вполне определенную концеп-

цию эволюции разума и эволюции того, что сейчас именуется интеллектом. Впрочем, необходимо отметить, что сущность интеллекта до сих пор остается раскрытой далеко не до конца. Те определения данного понятия, которые можно встретить в научной литературе, по большей части носят дескриптивный характер — т. е. перечисляются очевидные (или не очень) функции и способности, присущие интеллекту [2].

Очевидно, что такое перечисление является не более чем констатацией фактов; оно не позволяет раскрыть природу интеллекта на том уровне, который сейчас необходим уже для создания соответствующих технических решений. Действительно, в настоящее время проблема искусственного интеллекта приобретает все больший интерес. Более того, есть все основания рассматривать искусственный интеллект как драйвер следующей четвертой технологической революции, и причины для этого имеют фундаментальный характер.

А именно, как показано в [3], есть все основания утверждать, что бурное развитие в современном обществе получают только те научные направления, которые так или иначе опираются на тезис о конвергенции естественнонаучного и гуманитарного знания. Более того, в современных условиях любые научные направления, которые требуют значительных финансовых вложений, неизбежно будут «пробуксовывать». Во всяком случае на них не имеет смысла делать ставку и как на драйвер следующей технологической революции, и как на инструмент, который позволит преодолеть многочисленные кризисные явления, с которыми сталкивается современная человеческая цивилизация.

Классическим примером в этом отношении является фиаско, которое де-факто потерпела нанотехнология [3] (если рассматривать ее как потенциальный драйвер следующей технологической революции). В середине нулевых на нанотехнологию возлагались очень большие надежды именно в макроэкономическом аспекте. Предполагалось, что нанотехнология позволит создать новые рынки и тем самым обеспечит необходимую степень устойчивости для существующей кредитно-финансовой системы. Нанотехнология получила многие важные и нужные результаты, но они не обеспечили решения той макроэкономической задачи, которую возлагали на данное научное направление политические элиты стран ядра мировой экономической системы.

Такое научное направление, как разработка систем искусственного интеллекта, во многом, особенно если говорить об экономической сто-

роне вопроса, сходно с теми научными направлениями, которые сейчас собирательно называются инфокоммуникационными технологиями. Здесь возможности для прорыва прежде всего определяются тем, что остается место для функционирования небольших стартаповских компаний, существует возможность сделать впечатляющие достижения при минимальных исходных инвестициях. Именно этот фактор в конечном счете и определил успех инфокоммуникационных технологий (особенно в сравнении с нанотехнологией [3]).

Так называемые «организаторы науки» очень часто используют тезис: «В современной науке для одиночек не осталось места». Как показано в современном учебнике по истории и философии науки [4], рекомендованном Министерством образования и науки Казахстана для всех специальностей магистратуры, в действительности дело обстоит прямо противоположным образом. Однако те научные направления, где, если выразаться метафорически, не осталось места для одиночек, обречены на отсутствие значимых достижений. Именно такие соображения и составляют самым пристальным образом обратить внимание на такое научное направление, как искусственный интеллект. Далеко не случайно политические элиты наиболее развитых стран мира, учтя негативный опыт ставки на нанотехнологию, сейчас существенным образом сместили акценты: с самых высоких трибун звучат призывы о необходимости развития систем искусственного интеллекта.

Однако для того, чтобы данные системы развивались так, как это ожидается, необходимо сделать вполне определенный прорыв в той области, которая находится на стыке технического, естественно-научного и гуманитарного знания, и именно это обстоятельство заставляет со всем вниманием перечитать базовые работы Умберто Эко.

Сразу сформулируем утверждение, которое доказывается в рамках настоящей работы: интеллект (человеческий или естественный интеллект) следует рассматривать отнюдь не как нечто сугубо индивидуальное, а как видовой признак. Это то, что присуще не отдельной личности, но нашему биологическому виду в целом. Доказательство, если принять во внимание достижения, обобщенные в [2], может быть дано в двух словах. А именно, современная нейрофизиология однозначно признает, что интеллект человека есть особая система переработки информации, которая реализуется благодаря тому, что нейроны, составляющие головной мозг человека, обмениваются друг с другом сигналами.

Примем, следуя [2], во внимание, что для функционирования нейронной сети решительно неважно, какую именно природу имеют те сигналы, которыми обмениваются между собой нейроны. В этой связи уместно подчеркнуть, что подавляющее большинство нейронных сетей, которые сейчас реализованы на практике, представляют собой не более чем компьютерные программы, хотя существуют и физические реализации нейронных сетей. Именно это обстоятельство наглядно показывает, что природа сигналов, которыми обмениваются между собой нейроны, вторична.

Первичен именно сам факт коммуникаций (что, заметим еще раз, возвращает к точке зрения Умберто Эко). Следовательно, нейронную сеть можно построить и тогда, когда различные ее фрагменты обмениваются сигналами различной природы. Такая сеть в настоящее время существует; это — не что иное, как любое из человеческих сообществ.

Действительно, рассмотрим двух человек, вступивших в диалог. Принято говорить, что здесь обмениваются между собой информацией два индивида. Это, однако, является не более чем приближением, причем весьма и весьма грубым. В действительности обмен сигналами (речевыми, визуальными, какими угодно) идет между двумя фрагментами общей нейронной сети. Коль скоро имеет место обмен информацией между двумя фрагментами нейронной сети, неизбежно формируется и объемлющая нейронная сеть. Продолжая эту логику, легко прийти к выводу, что реально существует глобальная коммуникационная сеть, а мозг каждого из индивидов является не более чем ее отдельным фрагментом, локализованным в черепной коробке каждой конкретной особи.

Далее, в рамках классической теории нейронных сетей уже давно доказано, что их память, точнее аналог памяти, является распределенной. В отличие от классических полупроводниковых устройств здесь нельзя выделить отдельные ячейки памяти, в которых хранится определенное число бит информации. (Как известно, нейронные сети с точки зрения хранения информации скорее следует уподоблять голограмме.)

Это обстоятельство является чрезвычайно важным с точки зрения трактовки тех положений, которые выдвинул Умберто Эко и его последователи уже более полувека назад. Действительно, если существуют глобальная коммуникационная сеть, причем эта сеть является нейрон-

ной в самом строгом смысле этого слова, то тогда ее память неизбежно будет распределенной.

В частности это означает, что наряду с той информацией, которую хранит каждый из индивидов, т. е. каждый из нас по отдельности, существует и весьма и весьма объемная память, которая относится или к социуму в целом или к его отдельным относительно самостоятельным фрагментам. Здесь уместно подчеркнуть, что во времена, когда Умберто Эко создавал свои базовые работы, уже были известны многие положения теории информации, которыми он активно пользовался в [1], но теория нейронных сетей еще не получила столь широкого распространения, а ее результаты еще не были общепринятыми.

Следовательно, если мы говорим о существовании информации, зафиксированной сетью в целом, то именно с этих позиций, в первую очередь, и нужно рассматривать любой из естественных языков, скажем, русский или итальянский. На данном этапе исследований представляется очевидным, что язык как таковой фиксируется не столько памятью отдельных личностей, сколько той глобальной нейронной сетью, которую они создают совокупно.

Более того, есть все основания полагать, что рассматриваемая нейронная сеть обладает способностью к эволюции, причем гораздо более быстрой, нежели эволюция ее биологической элементной базы. Действительно, для того, чтобы обеспечить эволюцию отдельного носителя, нужно поменять, условно говоря, его физико-химические или биологические характеристики. Для того, чтобы имела место эволюция сети в целом, достаточно, чтобы изменилась архитектура связей между элементами. Последняя, очевидно, является гораздо более лабильной, следовательно, можно утверждать, что существует дополнительный механизм эволюции сложных систем, альтернативный тому, что лежит в основе воззрений Ч. Дарвина и его последователей. Напомним, что в соответствии с этой концепцией движущей силой эволюции является мутация отдельных элементов системы. Альтернативная точка зрения [5] предполагает, что первичной является эволюция коммуникационной оболочки. В результате этой эволюции система переходит в новое состояние; здесь уже она осуществляет «отбор» тех элементов, которые в наибольшей степени соответствуют ее новому состоянию.

Такая точка зрения не просто подтверждает утверждения, высказанные Умберто Эко, она говорит о гораздо большем. Язык не просто

разговаривает нами, эволюция языка неразрывно связана с эволюцией человеческого интеллекта как такового; более того, через эволюцию коммуникационной оболочки и реализуются те механизмы, которые определяют эволюцию человеческого общества в целом. Это создает вполне определенные предпосылки для создания эволюционирующих нейронных сетей, предназначенных для «выращивания» систем искусственного интеллекта.

Литература:

1. **Эко, У.** Отсутствующая структура. Введение в семиологию / У. Эко. — М. : АСТ, 2019.

2. **Калимолдаев, М. Н.** Искусственный интеллект, учение о ноосфере и... путь к бессмертию / М. Н. Калимолдаев, Г. А. Мун, И. Т. Пак и др. — Алматы : ТОО «Полиграфкомбинат», 2019.

3. **Сулейменов, И. Э.** Искусственный интеллект и нанотехнология: прогнозируемый и несостоявшийся драйверы четвертой технологической революции / И. Э. Сулейменов, Е. С. Витулёва, Г. А. Мун и др. // Шаг в будущее: искусственный интеллект и цифровая экономика: Мат-лы конф. Москва, 06–07 декабря 2018 г. — М. : 2019. — С. 172–182.

4. **Калимолдаев, М. Н.** Искусственный интеллект как драйвер четвертой технологической революции / М. Н. Калимолдаев, Г. А. Мун, И. Т. Пак. — Алматы : ТОО «Полиграфкомбинат», 2018.

5. **Сулейменов, И. Э.** Проблемы эволюции сложных систем / И. Э. Сулейменов, И. Т. Пак, Г. А. Мун и др. — Алматы : ТОО «Принт-Экспресс», 2018.

**Каким образом «учат хорошему»
в интернет-сообществах: аспекты
информационно-психологической
безопасности в социальных сетях**

A. V. Korovitsyna, O. V. Suchkova

**How to “teach good” in Internet communities: aspects of
information and psychological security in social networks**

Аннотация. статья посвящена интернет-коммуникации и сообществам в социальных сетях (на примере «ВКонтакте»). Был осуществлен анализ текста популярной статьи из интернет-сообщества, приводятся примеры некорректного использования психологических терминов и бездоказательности суждений автора. В данной статье ставится вопрос об информационно-психологической безопасности публикаций в социальных сетях. Это перспективно — исследовать сообщества в социальных сетях, которые позиционируют себя как нравственные.

Ключевые слова: коммуникация, социальная сеть, информационно-психологическая безопасность, нравственность, угрозы информационно-психологической безопасности личности.

Abstract. The article is dedicated to the study of online communication and communities in virtual social networks, which is demonstrated on the example of VKontakte. The author analyzes the text of a popular post from an Internet community and provides examples of the incorrect use of psychological terminology and the claims that are not supported with evidence. The article also addresses the issue of psychological information protection of publications on virtual social networks. Prospects for future research in communities in virtual social networks that view themselves as having high moral values are emphasized.

Key words: communication, social network, information and psychological security, morality, threats to information and psychological security of the person.

В современном обществе средства массовой информации и массовой коммуникации хорошо развиты. Одна из форм массовой коммуникации — это социальные сети, которые уже прочно вошли в повседневную жизнь, а с появлением смартфонов они стали еще доступнее. Социальные сети дают возможность приватно общаться, выкладывать в общий доступ информацию о себе, состоять в сообществах по предпочтениям, слушать музыку, смотреть видео и т. д.

Социальная сеть — это не только коммуникация с другими людьми, но и многочисленные сообщества разного содержания. Любой пользователь может выбрать группу по интересам: например, танцы, спорт, туризм, фильмы, наука и т. д. Здесь можно пообщаться с единомышленниками, причем не в частном порядке, а публично. Например, в социальной сети «ВКонтакте» можно писать комментарии под постами, получать обратную связь от практически неограниченного числа пользователей. Читатель/подписчик сообщества не просто реципиент, он, давая обратную связь, сам становится коммуникатором, социальная сеть предоставляет возможности интерактива.

Создать и администрировать сообщество, пригласить подписчиков может любой пользователь. Вопрос о достоверности размещенной информации остается открытым; если подписчики доверяют сообществу, если посты интересные, аудитория остается. В то же время возникает проблема информационно-психологической безопасности читателей; становится интересно, насколько размещенная в социальной сети информация не несет угроз и вреда. «В более общем виде информационно-психологическая безопасность личности — это состояние защищенности личности, обеспечивающее ее целостность как активного социального субъекта и возможностей развития в условиях информационного взаимодействия с окружающей средой» [2. С. 15].

Сообщество, демонстрирующее явную антисоциальную направленность, легко распознать по названию, по картинкам, по тексту. На наш взгляд, потенциально могут представлять опасность группы, которые маскируются под просоциальные, но в то же время несут пропаганду чего-либо и недостоверную информацию. Появляется актуальная практическая задача — помочь пользователю критически оценивать информацию, размещенную в виде постов в соцсети.

Рассмотрим статью из сообщества «Научи хорошему 2.0» в «ВКонтакте». Для начала несколько слов о самом сообществе. Лозунг в за-

главии звучит так: «Правда обязательно победит, но необходимо ей решительно помогать!» [1]. Здесь же администраторы знакомят читателя с целью сообщества: «Главная цель создания проекта “Научи хорошему” — это повышение нравственности нашего общества» [1]. Количество подписчиков 175 436. Слова «хорошему» и «нравственность» звучат вполне позитивно. В то же время в названии содержится призыв «научи», глагол стоит в повелительном наклонении, обращение на «ты». Возникает вопрос о критериях «хорошего», о понимании нравственности администраторами, о личности и компетентности коммуникаторов, которые этому хорошему будут учить.

Анализ содержания

Нами был произведен анализ текста «5 психологических отклонений, ставших нормой современного общества» — пост от 20.10.2019 [1]. В заглавие вынесено слово «психологические» и далее в текст включены термины. Рассмотрим, насколько корректно они были использованы и что в целом предлагается вниманию читателя. Начнем со словосочетания «психологические отклонения»: общепринятой является формулировка «психические отклонения», а не психологические, т. е. уже в названии присутствует некорректное употребление термина.

Выделим наиболее яркие моменты, которые можно подвергнуть критике с позиции психологии и по которым возникает масса вопросов.

В посте в качестве отклонений называют: 1. Неопрятность. 2. Культ секса. 3. Культ денег и роскоши. 4. Культ успешности. 5. Нарциссизм [1]. Культ чего-то — это характеристика массового сознания, общественного, а не индивидуального; предполагается, что культ существует в какой-то группе, социальной общности. Мало того, эти явления автор относит «к настоящей психиатрии». Возникает вопрос — на чем основаны эти допущения?! Как перечисленные пункты связаны с психическими заболеваниями, если он говорит о психиатрии? Если вводится понятие «отклонение», то логично ожидать информацию о норме; данных о том, что считать нормой, практически не представлено.

Автор цитирует Ирину Медведеву и пишет: «С этим утверждением трудно не согласиться, если выйти за рамки сознания и обывателя» [1]. Утверждение непонятно. Что имеется в виду под «выйти за рамки сознания»? Или здесь опечатка и поставлен лишний союз «и»? Если это не опечатка и имелось в виду «за рамки сознания обывателя», то возникает

другой вопрос: для кого написан пост? То есть статья не рассчитана на простых людей, а на специалистов в определенной области, например, психиатров?

В абзаце про культ секса есть фраза: «При отсутствии брачных отношений неизбежны психические нарушения, что в целом ведет к деградации общества» [1]. Фраза не связана с остальным текстом абзаца, где говорится в основном про пропаганду секса. С чего автор это взял? Почему он не ссылается на многолетние исследования о связи психических нарушений у людей и отсутствия брачных отношений? Почему здесь не сравниваются такие исследования в разных странах у людей с разным менталитетом и культурой?

Одним из «психологических отклонений» автор считает «культ успешности», при этом говорит: «В современном обществе из успеха сделали идола, которому люди поклоняются, забыв самих себя. И вроде бы ничего плохого в этом не было бы, если бы в это понятие не “пихали” всякие далекие от успеха вещи, например, такие как деньги, слава, почет и т. д. Ведь успех — это, прежде всего душевное состояние, а не то, что думают о тебе другие» [1].

Обратимся к лингвистическому определению понятия «успех», к толковому словарю: «УСПЕХ, -а, м. 1. Удача в достижении чего-н. Добиться у. Развивать у. (поддерживать высокие темпы наступления; также перен.). 2. Общественное признание. Шумный у. спектакля. Книга имеет у. 3. мн. Хорошие результаты в работе, учебе. Хорошие, плохие успехи. Успехи в музыке. Производственные успехи. * С успехом — легко, успешно, без затруднений. С успехом выполнить поручение. Пользоваться успехом — быть популярным, вызывать к себе интерес» [3. С. 828]. Получается, что успех по определению предполагает общественное признание (одно из значений), а слава, почет, «то, что думают о тебе другие», как раз и являются проявлениями общественного признания.

В нашей статье не представляется возможным привести весь анализ поста, нами изложено не всё. Например, нельзя пройти мимо суждений «Рационализм, который преподносится как прагматизм. Это тоже один из признаков пизофрении» [1] или «“Потребительское” отношение к человеку, при котором он воспринимается сквозь призму его благосостояния, приводит к комплексам и массовым неврозам» [1]. У кого возникают комплексы? Как проявляются массовые неврозы?

Очевидно, что содержание поста популярное, и это публикация не в научном журнале, но она размещена в общем доступе, автор предлагает материал сомнительного содержания и использует научные психологические термины. Согласно статистике сайта «ВКонтакте» «понравилось» нажали 116 человек, поделились 40, просмотров — 6 834.

Кто является автором статьи «5 психологических отклонений, ставших нормой современного общества», размещенной в социальной сети? Вопрос открыт. В начале статьи приводится цитата Ирины Медведевой. Принадлежит ли ее авторству дальнейший текст, остается непонятным. Внизу статьи указано, «По материалам https://islam-today.ru/blogi/asya_gagieva/5-psihologiceskih-otklonenij-stavsih-normoj-sovremennogo-obshestva», при переходе по ссылке мы попадаем на сайт, где приведен данный текст со вставками цитат из Корана (во всяком случае, там так написано); подпись после текста — Ася Гагиева. Сайт имеет религиозную направленность. Ирина Медведева представлена читателю как директор Общественного института демографической безопасности. Это общественная организация, содержащая в названии слово «институт», при этом научным учреждением не являющаяся. Официальный сайт Общественного института демографической безопасности не обнаружен, к Институту демографии при Высшей школе экономики данная организация отношения не имеет.

Результаты анализа содержания поста говорят о том, что наблюдается искажение информации, подмена понятий (например, со словом «успех»), наличие бездоказательных суждений. Всё это позволяет предполагать нарушение информационно-психологической безопасности. «Общим источником внешних угроз информационно-психологической безопасности личности является та часть информационной среды общества, которая в силу различных причин не адекватно отражает окружающий человека мир. То есть информация, которая вводит людей в заблуждение, в мир иллюзий, не позволяет адекватно воспринимать окружающее и самого себя» [2. С. 16].

На наш взгляд, исследование сообществ в социальных сетях на предмет информационно-психологической безопасности имеет перспективу. Можно выделить очевидные различия между научным изданием, пусть даже и электронным, и группой во «ВКонтакте» или другой социальной сети. Как правило, у научных журналов есть редактор,

имеющий квалификацию, позволяющую оценивать подаваемые материалы не предмет корректности и достоверности.

У виртуальных сообществ есть администратор, при этом уровень и направление его образования неизвестны. Администратором сообщества в социальной сети может стать каждый пользователь, также как и создать свою группу. Цель научного журнала — освещение актуальных проблем, донесение до профессионального сообщества результатов исследований. Целью сообщества в соцсети кроме донесения информации может быть реклама, пропаганда. Также под сообществом может маскироваться секта.

Сообщество может публиковать статьи на темы медицины, психологии и т. д. Но возникает вопрос о достоверности представленной информации. Если человек не обладает профессиональными знаниями и критическим мышлением, то ему может быть сложно оценить публикуемый материал. Если информация просто бесполезна, это одно, а если вредна и читатель воспримет ее как руководство к действию, то это может иметь для личности и общества деструктивные последствия. Согласно Г. В. Грачёву недостоверная информация, искажающая реальность, может стать угрозой информационно-психологической безопасности личности.

Литература:

1. 5 психологических отклонений, ставших нормой современного общества // Научи хорошему 2.0 // ВКонтакте: [Электронный ресурс]. URL: https://vk.com/wall-82197743_1092995?hash=ae4ac3263b413ad28b (Дата обращения: 21.10.2019)

2. **Грачёв, Г. В.** Информационно-психологическая безопасность личности: состояние и возможности психологической защиты / Г. В. Грачёв. — М. : Изд-во РАГС, 1998.

3. **Ожегов, С. И.** Толковый словарь русского языка: 80000 слов и фразеологических выражений / С. И. Ожегов, Н.Ю. Шведова / РАН, Российский фонд культуры; 2-е изд., испр. и доп. — М. : АЗЪ, 1994.

*С. П. Кривцов, А. В. Мякотин,
Л. И. Орлова, Е. В. Сарафанников*

Способ интерактивного обучения специалистов документальной связи

*S. P. Krivtsov, A. V. Myakothin,
L. I. Orlova, E. V. Sarafannikov*

The method of interactive training of documentary communication specialists

Аннотация. В статье рассматривается способ интерактивного обучения, основывающийся на использовании вновь возникающих свойств и возможностей интерактивных тренажеров ввиду интеграции в них технологии виртуальных машин. Данный способ может быть использован для групповой и/или индивидуальной подготовки и повышения квалификации персонала, эксплуатирующего и обслуживающего средства документальной связи. Применение данного способа интерактивного обучения существенно повышает эффективность и качество обучения специалистов за счет получения и отработки практических навыков обслуживания и эксплуатации комплекса технических средств обработки сообщений (КТС ОС) на основе интерактивных тренажеров.

Ключевые слова: способ интерактивного обучения, документальная связь.

Abstract. The article discusses the way of interactive learning, based on the use of newly emerging features and capabilities of interactive simulators in view of the integration of virtual machine technology in them. This method can be used for group and / or individual training and staff development, operating and servicing documentary communications. The use of this method of interactive training significantly increases the efficiency and quality of training of specialists due to the receipt and development of practical skills in servicing and operating a complex of technical means of processing messages (KTS OS) based on interactive simulators.

Key words: interactive teaching method, documentary communication.

В настоящее время в образовательном процессе высших военных учебных заведений наряду с пассивными методами обучения повсеместно и активно используются интерактивные методы. Серьезное вни-

мание уделяется применению тренажерных комплексов, позволяющих придать образовательному процессу практическую направленность, повышая скорость восприятия различной информации об особенностях эксплуатации, составе, структуре и тактико-технических характеристиках изучаемых комплексов связи, а также оперативно проводить переподготовку как отдельных специалистов, так и экипажей в целом при вводе в войска связи новой техники.

Потребность в разработке способа интерактивного обучения специалистов документальной связи определялась необходимостью расширения дидактических возможностей группового и/или индивидуального обучения специалистов с целью подготовки и повышения квалификации персонала, эксплуатирующего и обслуживающего средства документальной связи.

Повышение уровня, качества и эффективности обучения в нем достигается путем отработки практических навыков с использованием интерактивных тренажеров, имитирующих работу действующего оборудования КТС ОС [1], и сети документальной связи серверов и АРМ, функционирующих на основе использования действующего программного обеспечения на серверах, а также применения технологии виртуальных машин на АРМ.

Поставленная задача решается за счет оборудования двух учебных классов тренажерными комплексами (Рис. 1) по следующему составу каждый: N АРМ обучаемых 1; 2 сервера КТС ОС 2 (рабочее место (РМ) преподавателя); комплекс видеонаблюдения для осуществления визуального контроля действий обучаемых на местах в реальном режиме времени на АРМ преподавателя; коммутатор ЛВС 5, объединяющий для общей (групповой) подготовки по N АРМ и серверы КТС ОС; устройство преобразования сигналов биимпульсное 3 (УПС-БИ); изделие для передачи и приема телеграфной информации по импульсным каналам связи 6 со встроенным устройством защиты от ошибок; устройство преобразования сигналов телеграфное 4 (УПС-ТГ), а также проводные линии связи между учебными классами для работы по биимпульсным, телеграфным и Ethernet каналам связи.

Очевидным преимуществом включения коммутатора ЛВС 5 в предлагаемый макет системы интерактивного обучения является возможность обучения специалистов документальной связи настройке, эксплуатации каналов Ethernet для обмена документальными сообщениями и

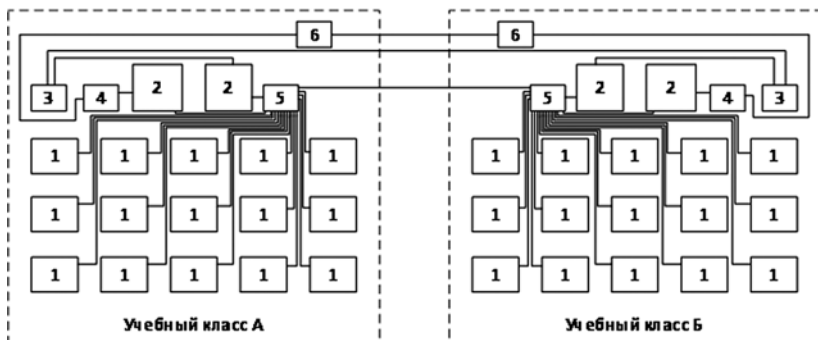


Рис. 1. Макет системы интерактивного обучения.

их маневрами в случае выхода из строя телеграфных и биимпульсных каналов.

В комплект программного обеспечения АРМ обучаемого входит программное обеспечение для работы с виртуальными образами операционных систем, специализированная операционная система для работы с КТС ОС, комплекс программ КТС ОС, а также комплект программ для системы видеонаблюдения.

На АРМ установлен следующий комплекс программ КТС ОС [2; 3]:

- программа инсталляции программного обеспечения хоста;
- программа инициализации комплекса;
- программа управления работой хоста;
- программа администратора комплекса;
- программа приемопередатчика центра коммутации сообщений и абонентского пункта;
- программа управления функционированием комплекса;
- программа оператора экспедиции;
- программа оператора документального обмена;
- программа пересылки файлов;
- программа пересылки сигналов;
- программа контроля доведения сообщений.

Особенностью описанных АРМ является возможность гибко группировать необходимые программы из состава комплекса программ КТС ОС под потребности обучения, закрепляя за каждым АРМ одну

программу в качестве основной, остальные назначать дополнительными подпрограммами. Таким образом, каждое АРМ является универсальным и перенастраиваемым. Дополнительно РМ преподавателей наделены возможностями по управлению технологическими и учебными процессами, корректировкой заданий (вводных) обучающимся.

По существу сам способ интерактивного обучения заключается в том, что на первом этапе преподаватель знакомит обучаемых с составом, устройством и принципами работы отдельных частей системы документальной связи, а также с комплектом программ КТС ОС и их возможностями. На втором этапе преподаватель задает штатные режимы работы документальной связи, и каждый из обучаемых в реальном режиме времени производит обмен текстовыми и документальными сообщениями с выводом на печать, контроль доставки сообщений, ведение электронного учета отправленных и принятых сообщений. На третьем этапе обучения преподаватель дает команды на передачу сообщений по различным каналам связи (телеграфным по стыку СЗ-ТГ, биимпульсным по стыку С1-И, а также по сети Ethernet). На четвертом этапе обучаемый самостоятельно выбирает адресата получаемого сообщения или сигнала, а на заключительном этапе преподаватель в реальном режиме времени вносит различные искажения в процесс передачи сообщений, а также дает вводные о неисправности каналов связи, отключая и включая их в различные моменты времени, тем самым побуждая обучаемых использовать систему контроля каналов и линий связи доставки сообщений. Все данные из действующего оборудования поступают на АРМы преподавателя (основной и резервный серверы), на которых предусмотрена возможность в реальном режиме времени изменять параметры работы любого из АРМов обучаемых, а также АРМов преподавателей соседнего класса.

Принципиальное и существенное отличие рассмотренного способа интерактивного обучения от существующих альтернатив основано на универсальности АРМ и их адаптации под индивидуальные потребности обучающихся путем корректирования набора рабочих подпрограмм и назначения основных [3; 4; 5]. Работая даже с группой обучающихся, преподаватель способен одновременно (в режиме реального времени) корректировать задания индивидуально для каждого обучающегося или для всей группы, делая акцент на освоении и практической тренировке тех или иных навыков и умений обучающимися специалистами.

Видеоархив, создаваемый на комплексе видеонаблюдения, может использоваться преподавателем для контроля и оценки действий учащегося, а также в последующем позволяет производить анализ его действий, что в конечном счете повышает эффективность обучения и позволяет использовать материалы видеоархива в системе дистанционного обучения и для съемки учебных фильмов по порядку работы программного обеспечения, порядку обеспечения передачи документальных сообщений и их документального учета.

В процессе применения данного способа интерактивного обучения преподавателем могут создаваться несколько сценариев с различным составом конечных рабочих мест, а также серверов, что позволит создавать системы связи с использованием от одного до четырех узлов связи и обучать личный состав как одиночно, так и в составе сети документальной связи. Изменение сценариев преподаватель производит посредством изменения текущих настроечных параметров КТС ОС и выдачей заданий в режиме реального времени или загрузкой заранее подготовленных заданий с АРМ преподавателя.

Заявленный способ интерактивного обучения специалистов документальной связи может применяться на базе существующих компьютерных классов после установки на действующие операционные системы образов специального программного обеспечения КТС ОС, в связи с чем монтаж и установка КТС ОС не потребует экономических затрат.

Таким образом, применение данного способа интерактивного обучения существенно повышает эффективность и качество обучения специалистов за счет получения и отработки практических навыков обслуживания и эксплуатации сети документальной связи, учета доставки сообщений и контроля каналов связи.

Литература:

1. **Войналович, В. В.** Унифицированная система документальной связи / В. В. Войналович // Связь в ВС РФ – 2017: Тематический сборник / Под ред. А.Н. Бабкова. — М.: ООО «Компания «Информационный мост», 2017.

2. **Мякотин, А. В.** Построение локальной вычислительной сети в общевоинском соединении для обеспечения открытой документальной связи на основе средств широкополосного доступа и линий проводной связи / А. В. Мякотин, Л. И. Орлова, С. П. Кривцов и др. // Информац-

онные технологии и телекоммуникации: Электронный журнал. — СПб.: СПбГУТ, 2018. — Т. 6. — № 1. — С. 55–62.

3. **Орлова, Л. И.** Методика оценки структур транспортных сетей связи специального назначения численными методами / Л. И. Орлова, Д. С. Ваниюгин // Актуальные проблемы инфотелекоммуникаций в науке и образовании: Сборник научных статей IV Международной научно-технической и научно-методической конференции, посвященной 85-летию СПбГУТ / Под ред. С. В. Бачевского. В 2-х т. — СПб: СПбГУТ, 2015. — С. 1092–1100.

4. **Орлова, Л. И.** Методика оценки структур транспортных сетей связи численными методами / Л. И. Орлова // Современные проблемы науки и образования: Электронный научный журнал. — 2015. — № 1. — С. 160–168.

5. **Орлова, Л. И.** Совершенствование сети документальной связи (оборота) в общевоинском соединении на основе сетей широкополосного доступа / Л. И. Орлова, С. П. Кривцов, Н. В. Будаева и др. // Актуальные проблемы инфотелекоммуникаций в науке и образовании: Сборник научных статей VII Международной научно-технической и научно-методической конференции. — СПб: СПбГУТ, 2018. — С. 110–115.

УДК 327.82

О. Е. Кузина

Использование социальных сетей Министерством иностранных дел Федеративной Республики Германия¹

О. Е. Kuzina

Use of social media by the German Federal Foreign Office

Аннотация. В статье рассматривается применение социальных сетей Министерством иностранных дел Германии. Анализируются предпосылки для участия в киберпространстве МИД Германии, его представительство

¹ Статья представлена научным руководителем доктором исторических наук, профессором, заведующей кафедры североамериканских исследований факультета международных отношений СПбГУ Цветковой Натальей Александровной.

в социальных сетях, а также оценка их эффективности для продвижения позиции государства за рубежом. Делается вывод, что аккаунты МИД Германии и его дипломатических представительств в социальных сетях дополняют традиционные инструменты дипломатии.

Ключевые слова: Министерство иностранных дел Германии, дипломатические представительства Германии, цифровая дипломатия Германии, публичная дипломатия Германии, социальные сети.

Abstract. The article considers the use of social media by the German Federal Foreign Office. The prerequisites for participation in cyberspace of the German Federal Foreign Office, its representation in social media, as well as assessment of their effectiveness to spread of the state's position abroad are analyzed. As a result, it is concluded that the accounts of the German Federal Foreign Office and its diplomatic missions in social media complement the traditional tools of diplomacy.

Key words: German Federal Foreign Office, German diplomatic missions, German cyber diplomacy, German public diplomacy, social media.

В условиях глобализации стремительное развитие информационно-коммуникационных технологий способствовало политизации киберпространства. Новое политическое пространство стало ареной межгосударственного соперничества для продвижения собственных интересов, норм и ценностей, а также влияния на зарубежную общественность. Исключением не стала Федеративная Республика Германия (далее — ФРГ). Германия, ограниченная в военных ресурсах по итогам Второй мировой войны и осознавшая недостаточность только экономических ресурсов для признания государства влиятельным игроком в международных отношениях, активно использует во внешнеполитической деятельности несиловые методы публичной дипломатии.

Согласно Э. Галлиону, американскому дипломату и декану Школы права и дипломатии им. Флетчера при Университете Тафтса, а также автору понятия, публичная дипломатия — это «средства, с помощью которых правительства, частные группы и отдельные лица влияют на взгляды и мнения других народов и правительств таким образом, чтобы оказывать влияние на их внешнеполитические решения» [5]. Актуальность применения инструментов публичной дипломатии обуславливается ее эффективностью в создании благоприятного и одобряемого образа государства для зарубежной общественности, что является важной характеристикой современного государства наравне с полити-

ческой, экономической, военной, географической и демографической характеристиками. При этом к средствам публичной дипломатии относятся не только традиционные методы (например, мероприятия внешней культурной и образовательной политики, инициативы в области сотрудничества в целях развития, образовательные обмены и т. д.), но и цифровые методы.

В целом акторов публичной дипломатии можно разделить на организации традиционной дипломатии и неправительственные организации. Целью данной статьи является анализ использования социальных сетей Министерством иностранных дел ФРГ (далее — МИД ФРГ). Соответственно, будут рассмотрены предпосылки для участия в киберпространстве МИД ФРГ, представительство в основных социальных сетях, наконец, оценка их эффективности для продвижения позиции государства за рубежом.

Несмотря на открытие официального сайта МИД ФРГ еще в 1995 г., активное освоение возможностей киберпространства началось с 2009 г., когда появились соответствующие должности, отвечающие за использование Интернета для достижения внешнеполитических целей, а позже и собственные цифровые каналы дипломатических представительств. В период деятельности Ф. В. Штайнмайера (17.12.2013–27.01.2017) использование возможностей Интернета стало важным инструментом МИД ФРГ. Так, министр иностранных дел заявил о реформировании внешнеполитического ведомства в соответствии с новыми реалиями. Прежде всего, речь идет об украинском кризисе 2014 г. Вернувшаяся в Европу проблема войны и мира обусловила актуальность переосмысления роли Германии в мире. Для этого министр иностранных дел поддержал инициирование дискуссионного процесса не только среди экспертов и дипломатов, но и среди представителей общественности по поводу новой внешней политики ФРГ, результатом которого стало составление обзора внешней политики (“Review 2014 — Aussenpolitik. Weiter Denken. Krise. Ordnung. Europa”). Согласно данному обзору рост внешнеполитического влияния Германии обуславливает необходимость пояснения и продвижения позиции государства, что подразумевает внедрение новых коммуникационных инструментов (цифровые медиа и онлайн-форматы для дипломатии) [3]. В итоге уже 24 июня 2016 г. пользователи Интернета восторженно оценили «вирусный» пост МИД ФРГ в Твиттере по поводу

выхода Великобритании из Европейского Союза. С тех пор внешнеполитическое ведомство Германии активно старается поддерживать свой успех во взаимодействии с интернет-пользователями.

МИД ФРГ взаимодействует с зарубежной общественностью посредством аккаунтов организаций и их сотрудников в различных социальных сетях. Целью присутствия внешнеполитического ведомства и его заграничных учреждений в социальных сетях является прямой диалог с аудиторией. МИД ФРГ имеет аккаунты в Twitter (675 тыс. подписчиков), Facebook (251,8 тыс. подписчиков), Instagram (141 тыс. подписчиков). Помимо официальных каналов (@AuswaertigesAmt и @GermanyDiplo; соответственно, 675 тыс. и 165 тыс. читателей) внешнеполитическое ведомство Германии также ведет 16 тематических каналов в Twitter:

- «Центр реагирования на кризис» (@AA_SicherReisen; 13,2 тыс. читателей);
- «Brexit» (@GermanyonBrexit; 11,4 тыс. читателей);
- «Взгляд Германии на Европу и ЕС» (@GERonEurope; 4822 читателя);
- «Внешняя культурно-образовательная политика» (@AA_Kultur; 3848 читателей);
- «Политика Германии в Африке» (@GERonAfrica; 3543 читателя);
- «Предотвращение кризисов, стабилизация и гуманитарная помощь» (@AA_stabilisiert; 2958 читателей);
- «Германия в ООН» (@GERMANYonUN; 2897 читателей);
- «Штаб планирования» (@planungsstab; 2720 читателей);
- «Стратегические коммуникации» (@GERonStratCom; 2709 читателей);
- «Политика Германии на Ближнем и Среднем Востоке и в Северной Африке» (@GermanyOnMENA; 2690 читателей);
- «Восточная политика Германии» (@GERonOstpolitik; 2659 читателей);
- «Экономика и устойчивое развитие» (@GERonEconomy; 2337 читателей);
- «Климатическая и энергетическая политика» (@GERClimatEnergy; 1979 читателей);
- «Политика Германии в Азии» (@GERonAsia; 1667 читателей);
- «Политика дигитализации» (@GERDigitalEnvoy; 1192 читателя);
- «Участие Германии в вопросах международного права» (@GermanyOnIntLaw; 728 читателей).

Кроме того, на данный момент Германия имеет 227 дипломатических представительств. По данным официального сайта МИД ФРГ на 31.10.2019 г. дипломатические представительства используют более 300 каналов в социальных сетях для общения с населением страны пребывания. Так, почти 160 дипломатических представительств имеют свои аккаунты или аккаунты своих сотрудников в Facebook, 102 — в Twitter, 65 — в Instagram, 16 — в Youtube, 4 — в VK, 1 — в LinkedIn и др. Как видим, МИД ФРГ и его загранучреждения достаточно широко представлены в социальных сетях.

Эффективность социальных сетей МИД ФРГ и его загранучреждений для продвижения позиции государства за рубежом можно проследить в глобальном рейтинге мягкой силы «Мягкая сила 30» (“The Soft Power 30”), который ежегодно с 2015 г. составляет международная британская компания Portland. В основе ее методологии лежит комбинированный подход к объективным (ресурсы) и субъективным (исследование общественного мнения 25 стран) показателям, в результате которого образуется семь категорий. В соответствии с целью статьи в таблице 1 будет проанализирована динамика показателя «развитие цифровых технологий» Германии.

Таблица 1. Показатель «Развитие цифровых технологий в Германии».

Год	Место (из 30)
2015	7
2016	4
2017	3
2018	4
2019	11

Итак, динамика показателя «Развитие цифровых технологий в Германии» подтверждает, что внедрение новых коммуникационных инструментов МИД ФРГ в интернет-пространстве, в частности активность в социальных сетях, положительно влияет на продвижение позиции государства за рубежом. Более того, резкий спад показателя в 2019 г. согласно обзору рейтинга связан с падением взаимодействия в социальных сетях политических деятелей с общественностью, в част-

ности из-за закрытия аккаунта Федерального канцлера ФРГ А. Меркель. Кроме того, данный показатель Германии всегда ниже, чем у США и Великобритании, а в последнее два года он также уступает показателю Франции [2].

Что касается оценок экспертов, то они также отмечают отставание Германии в использовании социальных сетей для продвижения позиции государства от других ведущих государств. Однако ими также указывается положительная динамика в их освоении [1]. Прежде всего, отмечается эффективный подход МИД ФРГ в социальных сетях «быть ближе к людям и доступнее» (“being human and approachable”) [4]. Анализируя количество комментариев, лайков и репостов, можно прийти к выводу, что данный подход, направленный на пробуждение эмоций, обеспечивает особую популярность среди пользователей социальных сетей.

Таким образом, социальные сети, являясь новым инструментом публичной дипломатии, представляют важное направление для формирования государственного посыла («меседжа») зарубежной обществу в сети Интернет. Несмотря на отставание от других ведущих государств, МИД ФРГ и его дипломатические представительства активно и профессионально применяют различные социальные сети в зависимости от их популярности в стране пребывания для донесения международному сообществу точки зрения Германии по вопросам международных отношений. Кроме того, их диалоговый подход успешно вовлекает зарубежную аудиторию. Падение активности в социальных сетях, по мнению автора статьи, связано с временной концентрацией сил и внимания Федерального правительства ФРГ на внутреннюю политику, что не мешает социальным сетям стать полноценным дополнением к традиционным инструментам дипломатии. При этом представляется, что наработанный механизм представительства МИД ФРГ и его загранучреждений может быть полезен для внешнеполитической практики Министерства иностранных дел Российской Федерации.

Литература:

1. **Fuchs, M.** Warum das Auswärtige Amt auf digitale Kanäle setzt: [Electronic resource] // Politik & Kommunikation. 2016. № 116. URL: <https://www.politik-kommunikation.de/ressorts/artikel/warum-das-auswaertige-amt-auf-digitale-kanale-setzt-2138168787> (Accessed: 02.11.2019).

2. Germany: [Electronic resource] // The Soft Power 30. URL: <https://softpower30.com/country/germany/> (Accessed: 26.04.2018).

3. Review 2014 — Aussenpolitik: Weiter Denken. Krise. Ordnung. Europa: [Electronic resource] // Auswärtiges Amt. URL: <https://www.bundesregierung.de/breg-de/service/publikationen/review-2014-aussenpolitik-weiter-denken-735224> (Accessed: 26.10.2019).

4. **Türkan, A.** 2016 Review of German Digital Diplomacy: [Electronic resource] // The State of Digital Diplomacy 2016. #SODD16. URL: <https://www.sodd16.com/2016-review-of-german-digital-diplomacy-anja-turkan/> (Accessed: 29.10.2019).

5. What is Public Diplomacy?: [Electronic resource] // The Edward R. Murrow Center of Public Diplomacy. The Fletcher School of Law and Diplomacy, Tufts University. URL: <http://fletcher.tufts.edu/murrow/diplomacy> (Accessed: 18.09.2016).

УДК 659.1

Е. И. Кузнецова, Д. В. Шутман

Продвижение имиджа политика в социальных сетях

Е. И. Kuznetcova, D. V. Shutman

Image promoting of the politician in social networks

Аннотация. В статье обосновывается актуальность исследования процесса продвижения имиджа политика в социальных сетях. Представлен анализ программы действий, реализация которой поможет достижению высоких показателей эффективности коммуникационной стратегии. Все рассмотренные аспекты процесса продвижения имиджа политика в социальных сетях должны быть органично учтены при разработке общей стратегии рекламной и PR-деятельности.

Ключевые слова: продвижение, коммуникация, социальные сети.

Abstract. The article substantiates the relevance of the study of the process of the image promoting of a politician in social networks. The analysis of the

action program, the implementation of which will help to achieve high performance of the communication strategy, is presented. All the considered aspects of the process of the image promoting of a politician in social networks must be organically incorporated in the development of the overall strategy of advertising and PR activities.

Key words: promotion, communication, social networks.

Связи с общественностью в политической сфере — это управление массовыми политическими коммуникациями, в свою очередь технологии связей с общественностью направлены на построение грамотной и правильной политической коммуникации. Основной задачей специалиста по связям с общественностью является установление двусторонней коммуникации между политическими субъектами и общественностью, что представляется особенно важным в политическом процессе. Двусторонняя коммуникация в обязательном порядке предполагает процесс диалога между отправителем информации и получателем.

В политическом процессе технологии связей с общественностью выступают видом деятельности, направленным на организацию коммуникативного пространства и управление политической коммуникацией. Они становятся инструментом политического воздействия на людей, но при этом необходимо добиваться сочетания общих социальных и политических интересов, и для достижения взаимопонимания между обществом и политиком используется широкий спектр технологий связей с общественностью. Для организации политической коммуникации в условиях информационного общества нужны настоящие интеллектуалы и практики, понимающие специфику политического процесса и способные на основе анализа политической ситуации подготовить профессиональные рекомендации. Иными словами, дать такие советы политическим элитам, которые повышали бы их конкурентоспособность. Специалист по связям с общественностью должен уметь разрабатывать стратегии продвижения политического имиджа, продвигать кандидата навстречу аудитории, быть посредником, специализирующимся в структурировании информационно-коммуникационной среды. Согласование интересов власти и различных общественных групп, внимание к обратной связи обеспечивают политику более устойчивое положение в развивающемся политическом процессе. Люди в большей степени доверяют тем политическим лидерам, которые соответствуют

их представлениям гарантии будущего. Политический лидер должен обладать индивидуальным набором характеристик, которые будут отличать его от конкурентов.

Технологии связей с общественностью в политике — это технологии, которые позволяют потребителю формировать общественное мнение о политическом деятеле. Политический имидж — образ, сложившийся в массовом сознании не без помощи средств массовой информации и имеющий эмоциональную окраску и стереотип со стороны населения. Политический имидж — это образ, который формируется под воздействием социальных ожиданий. Целенаправленное формирование имиджа может происходить на основе ряда мероприятий. Начинаящий политический лидер может «ворваться» в политическое пространство с помощью определенных поступков или же попасть в колею текущих событий так, чтобы общественность обратила на него внимание и стала прислушиваться. Использование различных приемов в формировании имиджа может выстраиваться по схеме и меняться в зависимости от обстоятельств. Если говорить об уже сложившемся имидже и продвижении его в политической сфере, то здесь также используются всевозможные технологии связей с общественностью и проводятся различные мероприятия по поддержанию имиджа. Приемы по связям с общественностью заключаются в проведении комплекса мер, с помощью которых специалист достигает поставленных коммуникативных целей и задач. Они реализуются в проведении кампаний по связям с общественностью.

Под понятием кампания по связям с общественностью понимается целенаправленная, системно-организованная и завершенная совокупность PR-операций, обеспечивающих их мероприятия, объединенных общим стратегическим замыслом, направленная на решение конкретной проблемы организации и осуществляемая технологическим субъектом PR на определенном этапе деятельности организации. В простом и организационном смысле кампанию по связям с общественностью можно понимать как совокупность организационных мероприятий, которые реализуются параллельно и последовательно по единому плану. «Продвижение» — это тоже комплекс мер, которые разрабатываются для определенного субъекта или объекта. В ходе проведения кампании по связям с общественностью в политике могут использоваться такие приемы, как [1]:

- выбор имиджа победителя или аутсайдера;
- столкновение, т. е. искусственное столкновение двух партий;
- чрезмерный позитив, когда в адрес политика высказывается много позитивного, переходящего в хвальбу;
- выбор без выбора, когда в прессе создается образ безвыходной ситуации;
- ложная поддержка и популярность.

Эти приемы скорее относятся к «серым» кампаниям по связям с общественностью. Если же говорить о чисто «белых» кампаниях в современной России, то заручиться поддержкой большинства населения очень сложно из-за давления действующей власти.

Под политическими проектами следует понимать план действий с выработанной стратегией и проведение политической кампании, реализующей определенные цели, связанные с политической сферой. «При проведении и продвижении политических проектов, необходимо руководствоваться определенными положениями» [2]:

- определение и описание целей и задач, разработка стратегии;
- информация о политике, определение достоинств и преимуществ по отношению к политическим конкурентам;
- анализ конкурентной среды;
- выбор своей целевой аудитории, описание своего потенциального электората;
- выявление и оценка факторов, которые способны повлиять на проведение политических проектов, их подготовку и реализацию;
- оценка ресурсов, которые планируется затратить на политический проект;
- оценка ресурсов политических конкурентов;
- формирование основной идеи и «месседжа» политического проекта или политической кампании, которые должны быть донесены до общественности;
- определение методов продвижения, работы со средствами массовой информации;
- разработка тактики действий в ходе реализации проектов;
- прогнозирование результатов осуществления политических проектов;
- разработка и изготовление сопутствующих материалов.

Политические лидеры всё чаще обращаются к специалистам по продвижению в социальных сетях. Изю дня в день миллионы пользователей посещают различные социальные веб-ресурсы. Виртуальные социальные сети находятся на пике своей популярности и используются в целях продвижения какого либо объекта или субъекта. Продвижение через социальные сети представляет собой ряд мероприятий, направленных на привлечение пользователей и популяризацию среди них, а также на формирование положительного общественного мнения и лояльной целевой группы. Социальные сети являются интернет-сообществами людей со схожими интересами. Приходя в социальную сеть, пользователи интересуются общением, а также отзывами, мнениями людей по различным вопросам. В связи с этим продвижение объекта или субъекта через социальные сети воспринимается более лояльно и доверительно, чем через другие каналы коммуникации. Социальные сети становятся инструментом специалиста по коммуникациям. Новые медийные площадки дали людям гораздо больше возможностей: создавать информационные продукты и делиться ими с другими, учиться и общаться, развлекаться и создавать сообщества по интересам, решать бизнес-задачи, даже не зная в лицо своих партнеров. Многие люди каждый день проводят больше половины своего времени, сидя за компьютером на социальных сервисах и многие уже не представляют свою жизнь другой.

Социальные сети фактически построены на обратной связи и диалоге с пользователями. При продвижении необходимо выйти на свою целевую аудиторию и уметь в правильной форме поддерживать контакты, общение и положительную репутацию.

Социальные сети обладают рядом общих признаков:

- самопрезентация (создание аккаунта, блога);
- социализация (добавление друзей, групп);
- коммуникация (обмен сообщениями, подписка, комментарии);
- кооперация (групповой блог).

В социальных сетях пользователи сами создают, обновляют и добавляют контент. Задача специалиста наилучшим способом предоставить различным группам информацию, которая им нужна. Присутствие множества новых социальных медиаинструментов и возможность вовлекать в диалог большее количество людей означают, что отрасль связей с общественностью всё еще развивается. Новые медиа

расширили территорию коммуникации. Исходя из охвата массовой аудитории, социальные сети являются подходящей средой для политической активности как федерального, так и региональных уровней. Политические лидеры создают свои аккаунты, блоги, сайты, сообщества. Особенностью всех популярных сетей является наличие собственной странички у каждого пользователя, на которой можно выкладывать свои фото, видео и другие материалы. Этими свойствами пользуются и политические лидеры. Для удобства в социальных сетях предоставлены различные интернет-приложения, позволяющие: обмениваться сообщениями, создавать группы и приглашать туда других участников, играть в «онлайн» игры, вести и создавать заметки, блоги, просматривать страницы других пользователей, посылать различные поздравления с помощью открыток и т. д. При продвижении политического лидера необходимо пользоваться всеми средствами и свойствами социальных сетей. В социальных сетях есть возможность размещать рекламные сообщения. При продвижении политического лидера можно использовать и этот способ. Например, это может быть контекстная реклама или баннерная реклама. Контекстная реклама заключается в показах объявлений на поисковых порталах, при выводе страницы с результатами поиска по запросу и схожей тематикой. То есть при поиске любых политических событий или лидеров может появляться ссылка именно на продвигаемого кандидата. Баннерную рекламу также можно размещать на часто посещаемых страницах.

В современных условиях использование ресурса сети для продвижения имиджа «нового» или «старого» кандидата является инструментом связей с общественностью. В общепринятом смысле под имиджем понимается совокупность свойств, приписываемых объекту обществом, целенаправленно формируемый образ, выделяющий определенные ценностные характеристики объекта, призванные оказать эмоциональное психологическое воздействие, в целях популяризации, пропаганды, рекламы. Технологии связей с общественностью в политической сфере направлены на формирование положительной репутации политического лидера среди целевых групп и выгодного для этого лидера общественного мнения. Формирование имиджа политика может происходить стихийно или осознано, когда отслеживаются особенности восприятия людей, разрабатывается стратегия и тактика создания благоприятного образа. Политическая среда носит предельно персон-

фицированный характер. Для политика очень важен его внешний вид, голос, манера поведения, стиль общения, его личностные и профессиональные качества. Должна быть индивидуальность, своего рода уникальность, как у товара, который предлагается пользователям. Политическая персона должна вызывать интерес у общества. И прежде чем продвигать кандидата, необходимо создать ему тот самый положительный и отличающий его от всех остальных образ. Люди всегда в первую очередь обращают внимание на внешность, а затем уже оценивают и всё остальное: выполняемую во властных структурах работу, самопрезентацию, предлагаемые программы и прочее. При создании имиджа политика «с нуля» необходимо отследить уже существующие и широко распространенные образы политических лидеров. Если политический лидер уже давно известен, то при продвижении через социальные сети есть возможность показать другую и, может быть, лучшую сторону его личности. При создании образа политика основной акцент нужно делать на формирование позитивного личного имиджа. Имидж закрепляется в сознании людей, т. е. существует набор желаемых характеристик, которые удовлетворяют основную часть населения.

При формировании имиджа необходимо еще учитывать и создавать фон для самопрезентации, который устанавливает благоприятное начало в восприятии политика. Начинать нужно с установления доверия аудитории и признания его весомости и статуса, компетентности в политической сфере. Чтобы завоевать доверие аудитории, важно акцентировать внимание на положительных поступках, которые сделал политический лидер для общества. Негативным фактам аудитория верит больше, поэтому не имеет смысла придумывать отрицательную информацию о себе. Если аудитория верит одному факту, то она переносит доверие и на другие факты и элементы сообщаемой информации.

Литература:

1. Связи с общественностью как социальная инженерия / Под ред. В. А. Ачкасовой, Л. В. Володиной. — СПб. : Речь, 2005.
2. Политический менеджмент: [Электронный ресурс] // URL: <http://management.ru/ponyatie-proekta-politicheskoy-kampanii> (Дата обращения: 8.01.2013).

Особенности подготовки бакалавров по направлению 42.03.05 «Медиакоммуникации»

A. V. Kulnazarova

Features of the preparation of bachelors in the direction of 42.03.05 “Media Communications”

Аннотация. В статье рассматриваются особенности реализации направления подготовки «Медиакоммуникации» в России, актуального в контексте активного развития коммуникационных технологий и увеличения объемов медиапотребления. Приводится информация о вузах, реализующих данную программу. На основе анализа содержания образовательных программ сделан вывод о необходимости профилирования для повышения коммерческой привлекательности образовательного продукта.

Ключевые слова: медиатизация, высшее образование, медиаобразование, медиакоммуникации.

Abstract. The article discusses the features of the implementation of the “Media Communications” training area in Russia, relevant in the context of the active development of communication technologies and the increase in media consumption. Information is provided on universities implementing this program. The content of educational programs is analyzed, on the basis of which it is concluded that profiling is necessary to increase the commercial attractiveness of an educational product.

Key words: mediation, higher education, media education, media communications.

Современные тенденции медиапотребления состоят в постоянном увеличении объема контента, передаваемого по сети Интернет. По данным консалтинговой компании Deloitte, в 2018 г. уровень медиапотребления по сравнению с 2017 г. вырос на 6%. При этом потребление теле- и радиоконтента для определенных групп населения происходит уже только через интернет-ресурсы. Помимо Интернета россияне отмечают, что чаще читают электронные книги (индекс +29%). В то же время респонденты указали на заметное снижение объемов чтения печатных

книг (-12%) [1]. Эти данные говорят о том, что традиционные профессии теле- и радиожурналистики в ближайшем будущем должны трансформироваться и адаптироваться к специфике онлайн-аудитории, а специалисты в области рекламы и маркетинга — создавать все более гибкие стратегии продвижения. В 2017 г. Deloitte зафиксировала значительное падение уровня лояльности к онлайн-рекламе. Возникла необходимость в поиске разумного баланса, который позволит пользователям комфортно проводить время в Интернете, а производителям контента — получать прибыль [1]. Следует учитывать и новейшие технологии, такие как VR и AR (виртуальная и дополненная реальность) [2], искусственный интеллект, IoT (интернет вещей) [2], массовое применение широкой аудиторией прогнозируется экспертами в перспективе пяти лет.

Динамика развития медиарынка и технологий требует и соответствующих компетенций от специалистов — как личностных, так и профессиональных, и в связи с этим возникает необходимость в разработке новых образовательных программ и применении технологизированных методов образования. Соответствующее направление подготовки «Медиакоммуникации» в России было введено в 2015 г. в соответствии с ФГОС 3+, а в 2017 г. был осуществлен переход на ФГОС 3++. Данное направление подготовки во многих аспектах является междисциплинарным, о чем свидетельствует широкий спектр видов деятельности: авторский, редакторский, технологический, проектный, маркетинговый, организационный. ФГОС 3++ предполагает достаточно высокий уровень свободы образовательной организации в выборе направленности программы, конкретизации ее содержания и определении профессиональных компетенций.

По состоянию на сентябрь 2019 г. в России направление подготовки 42.03.05 «Медиакоммуникации» реализуется в 13 вузах, среди них — МГУ им. М. В. Ломоносова, НИУ ВШЭ (Москва), КФУ (Казань), БелГУ (Белгород), ТюмГУ (Тюмень), ПГУ (Пермь) и др.). В Санкт-Петербурге, по данным портала «Учеба.ру», бакалавров и магистров по данному направлению не выпускает ни один вуз. Обучение по большей части является коммерческим: бюджетные места есть в 50% вузах, количество мест — от 3 до 16, исключение составляет Высшая школа экономики — 40 мест [4].

В результате анализа образовательных программ было выявлено, что в указанных вузах они либо не имеют профилирования, либо на-

правлены на сферу кино, телевидения, журналистики. Отсутствуют профили, ориентированные на медиакоммуникации в цифровой среде (Интернет, мобильные технологии и т. д.), данной тематике посвящены лишь отдельные дисциплины в образовательных программах, однако такой объем изучаемого материала недостаточен для подготовки специалистов в соответствующей отрасли. Распространенной проблемой в учебных планах рассмотренных вузов является дублирование значительной части дисциплин из других программ подготовки, реализуемых теми же факультетами.

Можно выделить несколько основных групп дисциплин, направленных на формирование профессиональных компетенций:

– дисциплины по работе с медиатекстом — создание различных видов текстов, редаKTура, анализ;

– технико-технологические дисциплины — работа с оборудованием и программным обеспечением, связанным с созданием, обработкой и трансляцией контента;

– коммуникационные и маркетинговые дисциплины — освоение методов и инструментов продвижения как традиционных, так и новейших;

– общегуманитарные, психологические и социально-политические дисциплины, которые в данном случае обеспечивают необходимый образовательный бэкграунд учащихся, что позволяет творчески и системно подходить к решению профессиональных задач.

Очевидно, что основные трудности в реализации программы «Медиакоммуникации» связаны с самим ее междисциплинарным характером. Образовательный продукт должен иметь достаточно четкое позиционирование, чтобы быть конкурентоспособным по сравнению с программами «Журналистика», «Продюсирование», «Реклама и связи с общественностью». Именно поэтому необходимо введение профилирования, которое позволит акцентировать образовательную программу на том или ином аспекте будущей профессиональной деятельности выпускников и позволит абитуриентам составить ясное представление об особенностях ОП.

Что касается процесса обучения по направлению «Медиакоммуникации», он, безусловно, должен быть сопряжен с освоением прикладных навыков работы с цифровым и медийным оборудованием и технологиями. Медиатизация и применение мультимедийных техно-

логий — устойчивый тренд современной системы образования на всех уровнях. Развитие информационных технологий, доступность и широкий выбор информационных ресурсов предопределили появление новых методов обучения, связанных с использованием ИКТ как в дистанционном, так и в очном обучении. Но вместе с тем появился и ряд проблем. С одной стороны, обилие образовательного контента (онлайн-библиотеки, банки готовых работ, вики-справочники, видео-курсы и т. д.) обесценивает информационную составляющую обучения: роль преподавателя как «носителя» информации существенно снижается в условиях, когда данные становятся общедоступными. С другой стороны, ориентироваться в обилии информации достаточно сложно, и возникает потребность в обучении методам работы с информацией: поиску авторитетных источников и достоверных фактов, фильтрации контента и интерпретации данных. Особенно важно развивать у студентов критическое мышление и способность следовать этическим нормам, поскольку медиа оказывает существенное влияние на общественные процессы. Таким образом, для полноценной реализации образовательной программы необходимо задействовать как специалистов социогуманитарного, так и технического профиля.

Итак, объем онлайн контента, рынок интернет-рекламы и объемы медиапотребления в России и в мире ежегодно растут быстрыми темпами; коммерческие, некоммерческие и государственные структуры все более активно применяют интернет-технологии для установления диалога с целевой аудиторией, продвижения своих идей, товаров и услуг, формирования и поддержания имиджа и репутации, в то время как роль традиционных СМИ неизбежно снижается — это значит, что рынок труда нуждается в профессионалах, способных создавать медийные продукты и осуществлять коммуникации с учетом всех особенностей интернет-пространства. Основное требование рынка труда к специалистам в области социальных коммуникаций — умение профессионально сочетать коммуникативные, управленческие, журналистские, технические и технологические навыки. Кроме того, такие специалисты должны уметь гибко адаптироваться к новым технологическим условиям, поскольку изменения в коммуникационно-информационной среде происходят стремительно и очевидно, что темп их будет нарастать.

Литература:

1. Deloitte: Тренды медиапотребления в России 2018: [Электронный ресурс] // sostav.ru. URL: <https://www.sostav.ru/publication/trendy-mediapotrebleniya-v-rossii-34162.html> (Дата обращения: 10.11.2019).
2. Интернет вещей и новые возможности для маркетологов: [Электронный ресурс] // cossa.ru. URL: <https://www.cossa.ru/trends/134146/> (Дата обращения: 10.11.2019).
3. Как будет развиваться VR-маркетинг в 2019 году и далее: прогнозы исследований: [Электронный ресурс] // spark.ru. URL: <https://spark.ru/startup/ra-apelsin/blog/47379/kak-budet-razvivatsya-vr-marketing-v-2019-godu-i-dalee-prognozi-issledovaniy>
4. Учеба.ру: [Электронный ресурс]. URL: https://spb.uceba.ru/forabiturients/vuz/spec/58506?eq%5B0%5D=__1%3A9653 (Дата обращения: 10.11.2019).

УДК 659.442

Е. Б. Курганова

Геймификация в PR-проектах общественного обучения

Е. В. Kurganova

Gamification in PR-projects of social learning

Аннотация. Статья посвящена активизации применения геймификации в PR-проектах общественного обучения. Автор дает определение ключевому понятию. В статье также представлена авторская классификация PR-проектов общественного обучения. Теоретические разработки сопровождаются кейсами из российской и зарубежной практики с авторскими комментариями.

Ключевые слова: геймификация, PR-проекты, PR-проекты общественного обучения.

Abstract. This article deals with the activation in using game technologies in PR-projects of social learning. The author has defined key term. The paper also presents the author's classification of PR-projects of social learning. The

theoretical foundations are followed by cases from Russian and foreign practice with the author's comments.

Key words: gamification, PR-projects, PR-projects of social learning.

Как известно, геймификация («игрофикация» — от англ. gamification, геймизация) — применение подходов, характерных для компьютерных игр, в программных инструментах в неигровом контексте с целью привлечения аудитории, повышения ее вовлеченности в решение прикладных задач [1].

В последнее время геймификация становится все более востребованной в PR-проектах общественного обучения. К таким PR-проектам мы относим три типа: 1) просветительские проекты, 2) образовательные проекты и 3) так называемые тренирующие проекты (предполагают подготовку/репетицию реальной деятельности).

Рассмотрим первый тип PR-проектов. Просветительские проекты призваны содействовать формированию научного мировоззрения аудитории (прежде всего молодежи), адекватного современным реалиям как отечественным, так и мировым. Они нацелены на распространение новейших научных знаний в области истории и культуры, наук о человеке, природе и обществе, на разрешение глобальных проблем человечества. Нередко носят популяризаторский характер. Как правило, реализуют следующие функции: общеобразовательную (расширяют, дополняют и углубляют знания, получаемые в учебных заведениях и в иных обучающих центрах); информационную (расширяют осведомленность граждан в различных социальных, научных и других вопросах). В качестве просветительского проекта с элементами геймификации рассмотрим арт-проект «Элементарно», приуроченный к Международному году Периодической таблицы химических элементов Д. И. Менделеева. Его авторы Г. Эрлих, доктор химических наук и ведущий сотрудник химического факультета МГУ им. Ломоносова, и Л. Стрельникова, главный редактор журнала «Химия и жизнь», разработали серию плакатов, позволяющих в игровой форме запоминать элементы химии и жизни. Все плакаты носят прецедентный характер, дают отсылку к известным художественным произведениям В. Маяковского, В. Кандинского, Ван Гога и др. Для лучшего запоминания изображения сопровождаются рифмованными строками: «Электроника стоит на таблице, ее треть в смартфоне теснится, кремний, галлий, мышьяк, неодим... делают мир

цифровым!»; «Углерод, кислород, азот — атомы строятся в ряд, ДНК и белки, целлюлоза и ПЭТ — полимеры всем рулят»; «Хочешь большой урожай? Элементами почву снабжай! Калий, фосфор и азот — без них не прокормить народ». Также для проверки остаточных знаний школьников и студентов было разработано «Химическое лото». По его правилам, в игровые поля карточек участник должен внести только те элементы из периодической таблицы, которые, по его мнению, являются составными частями полученной именно им карты (например, карты «Человек» или «Смартфон»). Выигрывает тот, кто правильно укажет наибольшее число химических элементов.

Образовательные проекты предполагают как формирование личности, так и ее воспитание. Еще в 2006 г., осознавая значимость воспитания в детях доброты и заботы по отношению к окружающим, Pedigree организовал уроки «Заботы и любви» в московских и новосибирских школах. На этих уроках более 60 тыс. школьников узнали, как правильно ухаживать за собакой. Особое внимание в рамках проекта уделялось формированию чувства ответственности, которое ребята должны ощущать, заводя домашнее животное. В сентябре 2019 г. проект Pedigree получил продолжение в игровом формате квеста «Школа доброты. Что нужно знать детям о питомцах» уже от «Питомцев Mail.ru» совместно с Purina. Игра продолжает тему ответственного отношения к братьям нашим меньшим, поднятую Pedigree. В рамках проекта школьник получает ответы на вопросы: что делать, если встретил на улице бездомную кошку или собаку; как научиться понимать поведение своего любимца; как ухаживать за питомцем, если остался один дома. Проект существует в мобильной и веб-версии, а также доступен для пользователей голосового помощника «Маруся». Как мы видим, данное игрофицированное решение не только воспитывает учеников, прививая им нужные качества, но и формирует в сознании аудитории позитивный имидж компаний-разработчиков. Проект через игру формирует, а возможно, и трансформирует поведение его участников.

Тренирующие проекты, как уже отмечалось выше, являются репетицией будущей реальной деятельности. Примером в сфере b2c может служить проект от компании Recycle Bank, в котором была реализована весьма простая, но результативная идея: если пользователь имеет возможность превратить переработку мусора в игру, то он будет делать это охотнее, постепенно наращивая объемы. После регистрации в програм-

ме пользователь получал мусорное ведро со специальным индикатором переработки. Когда приходило время забирать мусор, ведро взвешивалось, и в зависимости от количества перерабатываемого материала пользователь получал на свой виртуальный счет определенную сумму валюты, которую затем можно было обменять на товары или скидки в магазинах партнеров или пожертвовать на благотворительность. В рамках проекта компания осознала, что для продолжительной вовлеченности аудитории в процесс нужны стимулы: не только материальные, но и духовные. Результаты исследований Recycle Bank продемонстрировали: помимо скидок и подарков участники программы ценили возможность коммуникации и соревнования с другими игроками. Компания воспользовалась этими данными грамотно: женщины — участницы проекта получили возможность поддерживать при помощи приложения связь со своими детьми, а также соревноваться за лидирующие позиции с соседями. На втором этапе Recycle Bank решила формировать полезную привычку уже в реальности, в частности запустив игру Green Your Home. По задумке разработчика, каждая семья должна была сократить свое негативное воздействие на окружающую среду, а затем прислать подтверждающие фотографии. Фото размещались в Сети и оценивались. Так, участники не только формировали уже в реальности полезную привычку, но и получали одобрение окружающих, удовлетворяя потребность в признании своих заслуг. Геймификация в тренирующих проектах особенно востребована в сфере b2p. Ведь работодатели заинтересованы в подготовке максимально квалифицированных сотрудников. Игра же — идеальная площадка для приобретения необходимых навыков и компетенций, проигрыш в которой в худшем случае обернется потерей виртуального, а не реального клиента. Примером такой геймификации является онлайн симулятор для компании Amway. Агенты, они же продавцы Amway, должны максимально быстро справиться с непростой задачей: убрать виртуальную комнату с помощью различных чистящих средств, выпускаемых компанией. В процессе игры участник зарабатывает баллы и контролирует таймер. По отзывам Amway, продажи тех сотрудников, которые обучились посредством онлайн-тренажера, на 80% выше по сравнению с теми, кто проходил традиционное обучение в лекционном зале. Этот кейс еще раз подтверждает результаты эксперимента, проведенного в свое время исследователями Гейбом Зихерманном и Кристофером Каннингемом. Они сравнили результаты игрового об-

учения и обучения на основе обычного текста и доказали: игровое обучение эффективнее. Сразу после окончания учебного процесса участники эксперимента показали практически одинаковые результаты. А вот через несколько дней больше информации оставалось в памяти у тех, кто учился в игровой форме.

Как мы видим, обучение — сложный, нередко рутинный процесс, требующий от обучаемого вложения больших сил, энергии, времени. Игра позволяет сделать этот процесс более увлекательным и приятным, вызывающим позитивные эмоции. Как мы знаем, сильные впечатления оставляют глубокий след в памяти, а следовательно, игровое обучение гораздо эффективнее традиционного. Этот тезис мотивирует компании к все более активному внедрению геймификации в обучающие PR-проекты.

Литература:

1. Реклама и связи с общественностью: теория и практика / Под ред. В. В. Тулупова. — Воронеж : ИД ВГУ, 2015.

УДК 005.31

А. И. Леошко, В. С. Скворцова

Трансформация инструментов маркетингового анализа в контексте архитектурного проектирования

A. I. Leoshko, V. S. Skvortsova

**Marketing analysis instrument transformation
in architectural projecting context**

Аннотация. В современном мире необходимость в удешевлении средств маркетингового анализа и упрощении инструментария является одним из важнейших аспектов выживания компании на рынке в условиях повышенной конкуренции. Данный вопрос является актуальным также и для строительства и архитектурного проектирования. В данной статье рассматриваются традиционные методы полевого маркетингового анализа для архитектурных бюро и строительных компаний, а также их трансформация в условиях новой информационной среды. Авторы предлагают ис-

пользоваться специфику интернет-пространства для проведения бюджетных исследований с целью повышения спроса на будущие проектируемые объекты.

Ключевые слова: маркетинговый анализ, маркетинговое исследование, первичная информация, интернет-исследование, социальные сети.

Abstract. In today's world, the need to reduce the cost of marketing analysis and simplification of tools is one of the most important aspects of the company's survival in the market in conditions of increased competition. This issue is also relevant for construction and architectural design. The article discusses the traditional methods of field marketing analysis for architectural offices and construction companies, as well as their transformation into a new information environment. The authors propose to use the specifics of the Internet space for budget research in order to increase the demand for future projects.

Key words: marketing analysis, marketing research, primary information, social network.

Сравнительно недавно в сферу архитектуры и градостроительства начали интегрироваться маркетинговые инструменты. Так, в литературе появляется термин «градостроительный маркетинг» [1], в структуре архитектурных бюро появляются маркетинговые отделы, основы маркетинга вводятся как дополнительная дисциплина в некоторых университетах. Это обусловлено тем, что ведение архитектурного бизнеса сопоставимо с ведением любой другой предпринимательской деятельностью. Углубляясь в искусство, учредители архитектурных бюро зачастую забывают о многих экономических вещах, несоблюдение которых может запросто привести компанию к банкротству. В своих интервью Шила Маини Сёгор, генеральный директор и партнер BIG (Бьярке Ингельс Груп) дает простые экономические советы архитекторам [2], позволяющие не только рационально использовать финансовые средства фирм, но и идти к успеху. Так, некогда небольшое агентство BIG уже имеет офисы не только в Копенгагене, но и в Лондоне и Нью-Йорке.

В Санкт-Петербурге за последнее десятилетие открылось и закрылось множество проектов под руководством талантливых архитекторов и дизайнеров, которые не смогли противостоять рынку. В данном контексте особенно явно проявляется необходимость применения инструментов маркетингового исследования и маркетингового анализа в сфере архитектуры и градостроительства. К счастью, в наше время современные технологии позволяют провести маркетинговый анализ и маркетинго-

вые исследования как никогда быстро и просто. В рамках статьи авторы рассматривают особенности трансформации инструментов маркетингового анализа исходя из психологических качеств целевых групп общественности и контекста целей современной архитектурной сферы.

Роль строительства, архитектуры и градостроения неопределима в масштабах города, стран и мирового прогресса. При этом каждая компания сталкивается с необходимостью удовлетворить интересы следующих групп:

1. Инвесторы. Исполнителю необходимо распорядиться вложенными средствами так, чтобы они принесли максимальную прибыль в минимальные сроки.

2. Конечный потребитель. Строительный объект должен удовлетворять нуждам тех, кто будет взаимодействовать с ним.

3. Город. Объект должен отвечать городским стандартам, требованиям и нуждам города.

Все три звена необходимо одинаково учитывать при проектировании здания, именно поэтому маркетинговый анализ и маркетинговые исследования так необходимы для успешной экономической деятельности строительных компаний и архитектурных бюро.

В данной статье под термином «маркетинговый анализ» подразумеваются оценка, объяснение, моделирование и прогноз процессов и явлений товарного рынка и собственной инновационной и торговой деятельности фирмы с помощью статистических, эконометрических и других методов исследования [3].

В формате данной статьи будут рассматриваться методы исследования интересов конечного потребителя, того, для кого в действительности строительная компания или бюро выполняют заказ. В данном случае авторы определяют строительные объекты как продукт, имеющий определенную стоимость, прямо пропорциональную ценности данного продукта для потребителя. Подобный подход обусловлен необходимостью выявлять и предвосхищать запросы потребителей с целью формирования конкурентного преимущества на рынке недвижимости. Таким образом, высокий спрос послужит одним из факторов, обеспечивающих прибыль инвесторам.

Перед авторами статьи стоит задача рассказать о тех методах исследования, которые не потребуют больших капиталовложений и человеческих ресурсов. В данном исследовании рассматриваются методы

сбора первичной информации — данных, получаемых в результате специально проведенных для решения конкретной маркетинговой проблемы полевых исследований (сбор информации в реальных условиях). Данное исследование является наиболее оптимальным, так как данные, полученные в результате, будут наиболее актуальными.

К традиционным методам проведения полевых исследований относят:

- опрос — процесс выявления мнений и определения действий опрашиваемых путем диалога с респондентом. Респондент — опрашиваемое лицо [1];

- наблюдение — метод сбора первичной информации путем пассивной регистрации исследователем определенных процессов, действий, поступков людей, событий, которые могут быть выявлены органами чувств;

- эксперимент — метод сбора первичной информации путем активного вмешательства исследователя в определенные процессы с целью установить взаимосвязи между событиями [6];

- фокус-группа — объединенная по определенным критериям небольшая группа людей, способности и интеллект которых на ограниченное время сконцентрированы лидером на заданной теме [1].

Однако в традиционном виде данные исследования вызывают ряд трудностей. Например, исследователь может опросить только очень небольшие группы или общины. Кроме того, многое зависит от умения исследователя завоевать доверие людей, либо исследователь может сблизиться с наблюдаемыми и опрашиваемыми группами людей, что потеряет объективность.

Исходя из вышесказанного, становится очевидной назревшая необходимость трансформации традиционных инструментов путем их незаметной интеграции в повседневную жизнь. Подобного рода нативные исследования решают сразу несколько проблем устаревших методов сбора информации и позволяют получить наиболее полные и корректные данные об объекте исследования. Площадкой для интеграции новых форм традиционных методов проведения маркетингового исследования закономерно становится digital-пространство.

Digital-пространство дает возможность незаметно внедрить те или иные инструменты в формате органического контента, генерируемого пользователями. При этом традиционные инструменты приобретают форму своеобразных триггеров, раздражителей, реакция на которые и

будет заключать в себе исходную информацию о потребителе, на основе которой будет проводиться маркетинговый анализ.

Для более полного понимания концепции рассмотрим, какие формы будут принимать приведенные выше инструменты проведения маркетингового исследования:

– опрос — процесс выявления мнений и потребностей респондентов путем проведения опросов в социальных сетях, инициирования тематических бесед в комментариях к тематическим постам и на форумах, использование интерактивных инструментов в формате тестов;

– наблюдение — метод сбора первичной информации путем анализа активностей представителей целевых аудиторий в digital-пространстве, а именно: отслеживания интересующего аудиторию контента, анализа публикуемых авторских материалов и комментариев, анализ посещаемых мероприятий, определение ролевых моделей поведения и основных форм самоидентификации и т. д.;

– эксперимент — метод сбора первичной информации путем провокации целевой аудитории на определенного рода действия, а именно: определенной оценки публикуемого контента, выраженной в форме лайков, дизлайков, комментариев, репостов и т. д., с целью выявления интересов и потребностей аудитории;

– фокус-группа — объединенная по определенным критериям в рамках одной площадки группа людей, способности, интеллект и внимание которых привлечены инициатором коммуникации к определенной теме. При этом тема органично вплетена в историю коммуникаций и группа не знает о конечных целях данной активности.

Главной особенностью digital-метода является его комплексный подход, обусловленный спецификой социальных сетей: специфика аудитории в digital-пространстве — абсолютная свобода в самоидентификации. Доступ к различным источникам информации, различным мнениями, транслируемым через социальные медиа, и различным выражениям культуры позволяет людям определять идентичность в соответствии с собственными желаниями и мироощущением. Причем онлайн-идентичность может не совпадать или даже противоречить офлайн-идентичности. Интернет обеспечивает полную свободу для респондентов и способствует выявлению истинных потребностей аудитории — именно этот фактор является ключевым в определении digital-пространства как площадки для проведения маркетингового ис-

следования в контексте архитектурной сферы. Однако этот же фактор обуславливает необходимость комплексного подхода, так как только в этом случае становится возможным максимально точная сегментация целевых групп не только на основе их позиционирования в социальных медиа, но и согласно их потребительским возможностям.

Таким образом, анализируя сообщения участников коммуникации, для выявления их истинного мнения следует учитывать те искажения, которые могут возникнуть при интерпретации, связанные с ролевыми моделями поведения в сети. В digital-пространстве человек сам выбирает собственную идентичность, в соответствии с которой примеряет на себя определенную ролевую модель («тролль», провокатор, эксперт, жертва и т. д.) [4]. Необходимо рассматривать каждую структурную единицу в контексте текущей повестки дня и ценностей, транслируемых в данной сфере.

В этой связи также возникает еще один аспект, лежащий в основе трансформации инструментов анализа, а именно: постоянно меняющиеся условия медиапространства. Быстрая смена трендов и инфоповодов заставляет субъектов постоянно корректировать модель самоидентификации, что формирует необходимость четкого определения целей проведения анализа, т. е. выявления основных потребностей аудитории. Потребности — суть единица более стабильная, из чего следует, что изменение формы в большинстве случаев не приводит к изменению содержания. Таким образом, в качестве потребностей в результате анализа можно определить только те аспекты, которые выявляются исследователем систематически, в условиях смены повести дня, трендов и форм подачи сообщения.

Литература:

1. **Крашенинников, А. В.** Градостроительный маркетинг и ордерное зонирование территории / А. В. Крашенинников // Архитектурный вестник. — 1997. — № 22. — С. 11–13.
2. Основы бизнеса для архитекторов: как экономист спасла BIG от банкротства. URL: <http://archspeech.com/article/osnovy-biznesa-dlya-arhitekatora-kak-ekonomist-spasla-big-ot-bankrotstva> (Дата обращения: 3.03.2018).
3. **Беляевский, И. К.** Маркетинговое исследование: Учебное пособие, руководство по изучению дисциплины, практикум по курсу, учебная программа / И. К. Беляевский. — М.: 2004.

4. **Гольдштейн, Г. Я.** Маркетинг: Учебное пособие для магистрантов / Г. Я. Гольдштейн, А. В. Катаев. — Таганрог: Изд-во ТРТУ, 1999.

5. **Костяшина, Е. А.** Дискурсивная личность в коммуникативном пространстве современного медиадискурса: проблема трансформаций социокультурного опыта в социальных сетях / Е. А. Костяшина // Культура коммуникаций в условиях цифровой и социокультурной глобализации: глобальный и региональный аспекты: Материалы Международной научно-практической конференции. — М.: Academia. 2017. — С. 48–49.

6. **Маслова, Т. Д.** Маркетинг / Т. Д. Маслова, С. Г. Божук, Л. Н. Ковалик. — СПб.: Питер, 2001.

7. **Ноздрева, Р. Б.** Маркетинг: Учебник, практикум и учебно-методический комплекс по маркетингу / Р. Б. Ноздрева, Г. Д. Крылова, М. И. Соколова и др. — М.: Юристъ, 2000.

8. **Карасев, А. П.** Маркетинговые исследования и ситуационный анализ: Учебник и практикум для прикладного бакалавриата / А. П. Карасев. — М.: Юрайт, 2015.

УДК 316.77

П. Ю. Нешитов

Предмет, метод, актуальность изучения социологии массовых коммуникаций

P. Y. Neshitov

The matter, method, and actuality of studying sociology of mass communication

Аннотация. В статье рассмотрены основные понятия социологии массовых коммуникаций в их связи с общей социологией, показана обусловленность этими понятиями частных задач и методик исследования, установлена многоуровневая актуальность изучения коммуникативных практик массового общества.

Ключевые слова: социология, массовые коммуникации, стратификация, Г. Лассуэлл, М. Маклюэн.

Abstract. In the article, the basic notions of sociology of mass communication in relation to general sociology are considered, determination of particular tasks and research methods by these notions is demonstrated, and multi-level actuality of studying communicative practices is established.

Key words: sociology, mass communication, stratification, H. Lasswell, M. McLuhan.

Социология массовых коммуникаций — это один из разделов социологической науки, наряду с социологией семьи и брака, социологией труда, социологией власти, социологией религии, социологией образования и др. Как особое направление исследований социология массовых коммуникаций оформилась сравнительно поздно, в 1920-е гг., благодаря работам американского ученого Гарольда Лассуэлла.

Первоначально предметом изучения были средства массовой информации, характер их воздействия на массовую аудиторию и способы повышения эффективности информационного влияния. Затем пришло понимание, что массовая коммуникация шире медийной коммуникации в обычном значении термина. В круг исследований массовой коммуникации со временем были включены предметы отличные от средств массовой информации, например относящиеся к области экономики, политики, техническому прогрессу, повседневному быту [1]. Подобный взгляд возник на основе представления о коммуникации как о любом общении, влекущем за собой эмоциональный, познавательный или практический результат. Высшим результатом теоретической эволюции в пределах социологии массовых коммуникаций стала идея потенциальной массовости любых коммуникаций в массовом обществе, одобренная чувством меры и признанием существования иных видов коммуникации.

Особенности массовой коммуникации рельефно обнаруживаются при сопоставлении с коммуникацией групповой, межличностной и автокоммуникацией. Основным признаком массовой коммуникации является то, что она предполагает взаимодействие между неопределенно многими субъектами, индивидуальными и групповыми. Конкретные определения массовой коммуникации в работах разных авторов зависят от исходной картины социальной реальности, от представления о параметрах стратификации массового общества, от истолкования мотивов, которым подчиняется поведение участников коммуникации.

Социология массовых коммуникаций не выработала единого метода исследований и устойчивого понятийного аппарата. Это связано как

с вариативностью подходов и методик внутри самой социологии, так и с применением описательных и аналитических практик, заимствованных из других областей знания — психологии, литературоведения, философии, биологии.

Первостепенное значение в гуманитарных науках имеет понятийный аппарат, поскольку не только описание и анализ, но сама постановка вопросов и исследовательских задач производится при помощи определенных понятий. От выбора исходных понятий зависят направление, процесс и результат исследования. Поскольку социология массовых коммуникаций так или иначе использует терминологию, сложившуюся в классической социологической литературе, для понимания проблем, с которыми имеет дело эта отрасль социологии, способа их постановки и решения необходимо учитывать классические социологические концепции.

Во-первых, по-прежнему актуально учение Огюста Конта о причинах и порядке социальных преобразований, в частности периодизация истории, основанная на различении принципов мышления, доминирующих в ту или иную эпоху. Своеобразной вариацией на тему трех интеллектуально-исторических стадий, описанных О. Контом, является гипотеза о возникновении клипового сознания в современной информационной среде как о новом этапе развития человечества.

Во-вторых, широко распространено материалистическое истолкование истории, в классическом варианте разработанное Карлом Марксом. В марксизме описано отношение хозяйственной практики к остальным областям культуры как определяющего базиса к обусловленной надстройке. Современные материалистические концепции полагают в основание общественной жизни структуру трудовой занятости, распределение общественного богатства по стратам, достижения научно-технической революции. Исследователи массовой коммуникации в той или иной степени учитывают ставший нормой для развитых обществ перевес представителей сферы услуг и наукоемких производств над промышленными рабочими, повышенный спрос на качественную информацию со стороны среднего класса, социально-психологические трансформации в связи с появлением электронных средств передачи сообщений и усложнением геометрии социального пространства за счет инфокоммуникационных сетей.

В-третьих, сохраняет познавательное значение органическая метафора общества, разработанная Гербертом Спенсером. Подобно тому, как

человеческое тело является продуктом долгой эволюции живых тканей и органов, массовое общество возникло в результате постепенного преодоления более простых и грубых социальных форм. Для того чтобы уяснить строение и функции новейших социальных тканей и органов, требуется понимание природы тех, что им предшествовали. Взгляд на общество как на эволюционирующую систему, которая в интересах самосохранения разнообразит свои возможности адаптации и развития, помогает точнее описать наличное положение вещей, например место криптовалют в экономике или блогосферы в политической жизни.

В-четвертых, современной социологией востребован функциональный подход Эмиля Дюркгейма, представляющий собой версию социологического эволюционизма. Этот подход позволяет рассматривать в рамках единой теории положительные и отрицательные социальные явления как равно необходимые для существования общества. Социальные институты с их идеалами, нормативными предписаниями, организационными формами находят поддержку со стороны общества и эффективно выполняют свое назначение, когда у людей есть возможность на отдельных примерах оценить разрушительное воздействие анонии на солидарность. С позиций функционализма не выглядит абсурдной программа исследования относительной пользы массовых коммуникативных девиаций.

В-пятых, значительная часть современных социологических исследований проводится под влиянием работ Макса Вебера. Его теория рационализации целенаправленно возвращается от материализма к описанию общественного развития как развития интеллектуального, точнее, нравственно-интеллектуального. Достижения экономики, политики, искусства, науки предстают как производные от волевых и умственных качеств, сформированных религией. В понятия веберовской социологии можно без остатка уместить рассуждения о социокультурных кодах, которыми определяется специфика коммуникационных процессов в разных обществах. Помимо прочего, теория рационализации может внести ясность в постановку вопросов о порядке функционирования Интернета и о сравнительном значении международного и национального законодательства в сфере массовых коммуникаций.

Систематические рассуждения о массовом обществе начались в 1920-е гг. с работы Х. Ортеги-и-Гассета «Восстание масс». По мнению испанского мыслителя, основным признаком массового общества явля-

ется отрицательное отношение ко всем социальным разграничениям, установленным культурой предыдущих столетий, презрение к любой аристократии, необоснованное и все же удовлетворенное требование равенства для большинства. Дальнейшее изучение массового общества шло по пути поиска положительных определений, которые позволили бы описать новый порядок стратификации. При этом выяснилось, что современные исследования, в том числе те, в которых рассматривается проблематика массовых коммуникаций, отталкиваются, а значит, необходимо опираются на классические теории общества. От того, какую именно классическую теорию принимает в качестве предпосылки ученый, будет зависеть его понимание общественной массы, массовой коммуникации, ее места в общественной жизни, возможностей и ограничений.

Влияние социологической классики на современные исследования может быть прямым и опосредованным. Как правило, изучение массовых коммуникаций протекает в русле, predetermined позднейшими теориями, отчасти опирающимися на классику, отчасти оригинальными. В конце XX – начале XXI вв. наибольшее влияние на исследования массовой коммуникации оказывают социологические концепции М. Маклюэна, Ж. Бодрийяра, Э. Тоффлера, Ю. Хабермаса, З. Баумана, Н. Лумана, М. Кастельса.

В условиях стремительного прироста эмпирических данных и развития количественных методик базовые понятия социологии часто используются как нечто само собой разумеющееся, без должной осмотрительности в отношении логики, которую они помимо авторского замысла сообщают исследованию. Тем не менее, материалы социологических опросов, статистических исследований медийной аудитории, фокус-групп, контент-анализа, полученные в отсутствие надлежащей теоретической подготовки, могут после предварительной терминологической критики представлять научную ценность.

Как уже отмечалось, социология массовых коммуникаций испытывает влияние со стороны более или менее отдаленных областей научного знания. Например, Г. Лассуэлл активно применял объяснительные схемы бихевиоризма, оригинальные движения мысли М. Маклюэна обусловлены его предшествующим опытом литературоведческого анализа, системный анализ Н. Лумана многим обязан современным биологическим концепциям.

Изучение социологии массовых коммуникаций актуально, во-первых, для отдельного человека, желающего соответствовать условиям современного мира, во-вторых, для общества, которое в интересах развития и самосохранения должно повышать информационную грамотность личности, и, в-третьих, для вселенной, посредством социологически мыслящего субъекта постигающей свои коммуникативные возможности. Информационная сфера и коммуникативные практики социума меняются. Знакомство с важнейшими фактами и закономерностями массовой коммуникации помогает человеку лучше ориентироваться в потоках разнородной информации, осознанно участвовать в экономической, политической, культурной жизни общества, выстраивать гармоничные отношения с ближайшим окружением. Понимание сущности массовых коммуникаций служит предпосылкой исполнения гражданского долга и общественного служения, помогает уклониться от ложных путей при осуществлении благих намерений. Более того, изучение социологии массовых коммуникаций вносит серьезный вклад в формирование мировоззрения, качественно дорабатывает картину личного и социального мира, выдвигает человека разумного на новый эволюционный рубеж.

Литература:

1. **Маклюэн, Г. М.** Понимание медиа: Внешние расширения человека / Г. М. Маклюэн; пер. с англ. В. Николаева. — М., Жуковский, 2003.

УДК 659.4

И. В. Носкова, В. К. Ребковец

Социальный хакатон как новый способ современных коммуникаций

I. V. Noskova V. C. Rebkovets

Social Hackathon as a new way of modern communications

Аннотация. В статье рассматривается новый для нашей страны инструмент связей с общественностью — хакатон. Дается его характеристика,

рассматривается способ осуществления коммуникаций с целевой аудиторией социального проекта, приведен пример проведения мероприятия.

Ключевые слова: хакатон, детский рак, диагностика рака, связи с общественностью, креативный подход.

Abstract. the article discusses a new tool for our country's public relations – hackathon. Its characteristic is given, the method of communication with the target audience of the social project is considered, an example of the event is given.

Key words: Hackathon, pediatric cancer, cancer diagnosis, public relations, creative approach.

На сегодняшний день применение инструментов PR способствуют продвижению многих благотворительных проектов. Благотворительный фонд культуры семьи и детства СПб в рамках проведения PR-кампаний по привлечению внимания к проблеме детского рака организовал мероприятия под названием «Социальный хакатон». Первые мероприятия в Санкт-Петербурге состоялись в мае 2019 г., их целями являлись привлечение внимание к проблеме ранней диагностики детского рака и изменение общественного мнения по данному вопросу.

Главные направления PR-сопровождения проекта «Социальный хакатон»:

- поддержка органов власти, что обеспечивает престиж участников и спонсоров;
- спонсоры проявляют социальную ответственность, привлекают к себе внимание общественности, повышая имидж мероприятий проекта и самого проекта в целом в ее глазах;
- участники проявляют непосредственную социальную ответственность, создавая социальную рекламу на заданную тему, а также получают личную пользу в качестве самореализации, призов и возможности стажировок.

Социальный хакатон — благотворительное мероприятие, во время которого специалисты из разных областей сообща работают над решением социально-значимой проблемы. Термин «хакатон» произошел от сочетания двух слов: хакер и марафон. Сегодня хакатоны уже не имеют отношения к хакерству — это соревнования разработчиков по созданию новых продуктов. Социальный хакатон — мероприятие, во время которого команды, состоящие из программистов, дизайнеров, менеджеров проектов и других активных участников, работают над решением какой-либо социально важной задачи.

Темой проведенного хакатона явилась проблема раннего выявления детского рака. Участники создали продукты социальной рекламы, направленные на повышение онкологической настороженности у родителей (как выглядят симптомы детского рака, что делать, если обнаружили их у ребенка). Разработанные макеты размещены в Сети и в городской среде Санкт-Петербурга.

Участниками мероприятия были 20 команд по пять человек — студенты направлений обучения «реклама и PR», «дизайн и IT-технологии» петербургских вузов, а также молодые специалисты.

Тайминг мероприятия: хакатон проводился в течение двух дней. В первый день участники генерировали идеи, во второй — презентовали продукт. Между первым и вторым днем хакатона — недельный интервал, во время которого команды могли дорабатывать идеи вместе с менторами.

Важность социального хакатона заключается в том, что это мероприятие, во время которого специалисты из разных областей сообщают работают над решением социально-значимой проблемы.

Участники хакатона — студенты профильных направлений петербургских вузов и студий дополнительного образования — создали социальную рекламу различных форматов: от комиксов в социальных сетях до арт-объектов. Благодаря интенсивному распространению в сети и городской среде родители узнают, как распознать симптомы детского рака и что делать, если обнаружили их у ребенка.

В современный век информатизации более 70% детей поступают к врачам на уже достаточно запущенных стадиях рака только потому, что родители не привели их к врачу вовремя. Только 2% родителей могут назвать некоторые симптомы, в то время, как от этого знания зависит жизнь ребенка. Участники хакатона хотели переломить ситуацию, насытив информационное поле доступным и понятным контентом.

PR-сопровождение хакатона осуществлялось как снаружи (создавался имидж мероприятия, был сформулирован призыв к общественности), так и изнутри (к участию привлекались спонсоры, менторы и непосредственно участники хакатона). Важно было создать и поддерживать образ социально значимого проекта, помогающего людям разобраться в проблеме, получить информацию; в то же время участникам надо было хорошо продумать способ донесения контента, сделать его доступным, максимально привлекающим внимание.

Инструменты связей с общественностью, которые были использованы в разработке и продвижении данного проекта [4]:

1. Связь со средствами массовой информации:

- сообщения и информационные пакеты для прессы;
- рассылка в СМИ пресс-релизов;
- написание статей о самом проекте, его сфере деятельности;

2. Связи с общественностью с помощью печатной и электронной продукции:

- публикация постов в социальных сетях;
- издание фирменного проспекта с информацией о направленности и целях проекта;
- разработка имиджевых носителей, стиля и дизайна печатного оформления и оформления в сети Интернет;

Организация привлечения участников в ВУЗах СПб;

3. Организация мероприятий:

- 15.05.2019 г. в библиотеке Охта Лаб;
- 21.05.2019 г. в пространстве ART PLAY;

4. Сотрудничество с партнерами:

- консультирование спонсоров;
- привлечение менторов;

5. Связи с общественностью в сети Интернет:

- создание контента в социальных сетях;
- рассылка по электронной почте пресс-релизов.

Социальный хакатон решает проблему информирования родителей о ранней диагностике рака у онкобольных детей. Внедрение плана по продвижению социального хакатона с использованием PR-средств состояло из следующих видов работы. На первом этапе был выбран формат «хакатон» и проработан план проведения мероприятий. Были выбраны и привлечены менторы (наставники) и спонсоры. Была составлена концепция плана продвижения с использованием PR-средств, который состоял из следующих этапов:

1. Исследование: исследование рынка, целевой аудитории, конкурентной среды, проведение опроса.
2. Разработка: разработка плана продвижения, выбор PR-средств.
3. Реализация (внедрение): реализация программы продвижения.
4. Оценка эффективности: оценка эффективности продвижения с использованием PR-инструментов.

На втором этапе разработан план продвижения, состоящий из обзора ситуации, целей и задач, используемых PR-средств.

1. Обзор ситуации. На этапе внедрения любого стартап-проекта необходимо рекламное и PR-сопровождение, особенно в социальных проектах, так как необходимо сформировать имидж, привлечь и установить связь с целевой аудиторией, для эффективного продвижения нужно тесно взаимодействовать с аудиторией, показать прозрачность. Проект «Социальный хакатон» проходил при поддержке Комитета по молодежной политике и взаимодействию с общественными организациями, Благотворительного фонда культуры семьи и детства, а также непосредственно временно исполняющего (на тот момент) обязанности губернатора Санкт-Петербурга А. Д. Беглова.

2. Цель и задачи плана продвижения. Главной целью является создание имиджа проекта «Социальный хакатон». Задачи: формирование имиджа, имидж; повышение узнаваемости; установление и дальнейшее развитие отношений с целевой аудиторией и СМИ.

3. Используемые PR-средства:

– PR в Интернете: создание группы в социальной сети Вконтакте, где изложены условия, даты и прочая информация о проекте, также по мере проведения — добавление новостного контента. Создание контента в социальных сетях на данном этапе проекта является необходимым ввиду того, что проект еще не был нигде представлен и выставлен.

– Установление отношений со СМИ (создание пресс-релиза) является приоритетным направлением, необходимым для создания имиджа и повышения узнаваемости проекта.

– Организация мероприятий событийного характера: планирование и проведение информирующих встреч в ВУЗах, разработка плана и программы мероприятия.

– PR с помощью печатной продукции: разработка фирменных визиток и печатных материалов для проведения мероприятий.

На третьем этапе были реализованы все пункты по плану продвижения, первым шагом стало создание контента в социальных сетях. В группу проекта привлекли спонсоров и дали на них ссылки. Наполнив профиль контентом, организаторы отправили личные письма спонсорам и менторам с просьбой рассказать о деятельности различным новостным профилям, у которых была большая аудитория. Далее также шла работа над контентом и подписчиками.

Вторым шагом стала работа со СМИ. Был подготовлен пресс-релиз, стилизованные макеты о «Социальном хакатоне», которые распространили по различным информационным службам начиная от университетских заканчивая городскими, по разным каналам: в социальных сетях (ВКонтакте, Инстаграм, Фейсбук), и на городских новостных порталах.

Третьим шагом явилось проведение мероприятий, в результате которых и должен был появиться новый продукт социальной рекламы.

Четвертым шагом была разработка печатной и электронной продукции, которая включает в себя: визитку, расписание мероприятий, бейджи для участников и афиши, выполненные в фирменном стиле проекта. Визитка была разработана в фирменных цветах, в стиле минимализма и содержала всю контактную информацию проекта, включающую: телефон, адрес, ссылки на сайт, группу в ВКонтакте и адрес электронной почты. Визитка является необходимым инструментом PR, так как с помощью нее устанавливается связь с внешней аудиторией и формируется имидж.

Участники — студенты IT направлений, слушатели профильных курсов, молодые специалисты — генерируют идеи и создают макеты. Менторы — практикующие специалисты маркетинговых и коммуникационных агентств Петербурга — поддерживают участников, помогая создать профессиональный продукт. Спикеры — топовые специалисты в профильной области дают выжимку необходимых знаний для погружения в проблему. Партнеры — представители крупнейших компаний — предлагают стажировки лучшим участникам проекта.

Менторы и спикеры на протяжении всего процесса были рядом с участниками, чтобы проконсультировать и дать обратную связь. Главный дизайнер проекта дорабатывал идеи, если в команде не окажется сильного художника.

Мероприятия по разработке командами социальной рекламы были задуманы совместно с ведущим. Сценарий двух мероприятий был составлен и согласован со спонсорами, менторами и выступающими специалистами. На мероприятия были приглашены фотографы, видеооператор для записи презентаций проектов у каждой команды, координаторы и волонтеры. В первый день командами было придумано и записано 20 роликов о социальной рекламе на заданную тему. Ролики опубликованы в группе ВКонтакте, запущено голосование за них. Да-

лее в процессе доработки по плану презентации каждая команда в течение недели подготовила и создала продукт разного формата (плакат, сайт, баннер) социальной рекламы. На второй встрече были дополнены презентации совместно с менторами и подготовленные краткие выступления представителей каждой из команд.

После выступлений жюри удалось для голосования и выбора победителей и распределения стажировок среди участников. На церемонии награждения были вручены призы по номинациям и озвучены условия получения стажировок.

Пrestиж поддержки Комитета по молодежной политике и взаимодействию с общественными организациями при губернаторе Санкт-Петербурга помог привлечь крупных спонсоров, а именно «Газпромнефть», «Росатом» и «Биокад». Эти компании в свою очередь призами и стажировками обеспечили привлечение достаточного количества участников. Сами участники и продвижение по социальным сетям и в СМИ обеспечивают распространение информации о проекте и его результатах (социальной рекламе), а также принимают участие в укреплении имиджа проекта в целом.

Литература:

1. Благотворительный фонд культуры, семьи и детства: [Электронный ресурс] // fondangelov.ru. URL: <https://fondangelov.ru/> (Дата обращения: 28.10.2019).
2. Социальный хакатон: [Электронный ресурс] // [vk.com](https://vk.com/socialhackathon). URL: <https://vk.com/socialhackathon>. (Дата обращения: 28.10.2019).
3. **Борисов, Б. Л.** Технологии рекламы и PR: Учебное пособие / Б. Л. Борисов. — М. : Гранд, 2014.
4. **Иванова, А. С.** Использование PR-средств в благотворительности на примере стартап-проекта “Helpy” / А. С. Иванова // Молодежный научный форум: Гуманитарные науки: электр. сб. ст. по мат. XLIII междунар. студ. науч.-практ. конф. № 3 (42). URL: https://nauchforum.ru/archive/MNF_humanities (Дата обращения: 28.10.2019)/
5. **Игнатъев, Д.** Настольная энциклопедия PR / Д. Игнатъев, А. Бекетов. 2-е изд. — М. : Альпина Бизнес Букс, 2017.

К вопросу о цифровой трансформации государственного управления

А. А. Semenova

On the issue of digital transformation of public administration

Аннотация. В статье рассматриваются особенности общей инфраструктуры цифровых систем, объединенных названием «Государство-как-Платформа» (ГкП), возможности и трудности ее реализации. Представляется характеристика цифрового суверенитета и цифровой зрелости Правительства.

Ключевые слова: «Государство-как-Платформа», цифровое Правительство, хактивизм, цифровая трансформация, цифровая зрелость Правительства, электронное Правительство.

Abstract. The article discusses the features of the general infrastructure of digital systems, united by the name “State-as-Platform” (GKP), the possibilities and difficulties of its implementation. The characteristic of digital sovereignty and digital maturity of the Government is presented.

Key words: “State-as-Platform”, digital Government, hacktivism, digital transformation, digital maturity of the Government, electronic government.

«Государство-как-Платформа» (ГкП) или Government as a Platform — это новое представление электронного правительства, в основе которого лежит общая инфраструктура цифровых систем, технологий и процессов, с помощью которых можно легко создавать государственные услуги, ориентированные на пользователя.

Термин введен Тимом О’Рейли (2010). ГкП представляет собой современную модель государственного регулирования, которую пока относят к категории будущего. ГкП — это кибергосударство с единой государственной цифровой платформой, которая объединит существующие разрозненные системы министерств и ведомств и переведет в цифровой формат все виды взаимодействия граждан и государства.

С помощью единой цифровой платформы будет обеспечено взаимодействие государственных служащих, бизнеса и граждан, а предиктивный анализ и искусственный интеллект станут помощниками государственных служащих в выполнении рутинных операций. Как предполагают эксперты, часть решений операционного уровня будет передана «интеллектуальным агентам» — программным системам, работающим на основе искусственного интеллекта. Они могут взять на себя всю рутинную работу, а также обеспечить выполнение контрольно-надзорных функций. Что касается более сложных задач, требующих политических решений или «человеческого» подхода, ими должны заниматься специально подготовленные профессионалы.

Идея «Государство-как-Платформа» была представлена экспертами Центра стратегических разработок (ЦСР) Алексея Кудрина в докладе «Государство как платформа» в 2018 г. Реализация идеи обеспечит переход от существующих нерелевантных подходов к планированию и контролю исполнения планов (с показателями типа «освоено средств», «уровень средней заработной платы» и т. п.), к точным «индивидуализированным» индикаторам уровня жизни граждан и развития всех отраслей экономики. Новые индикаторы позволят оперативно получать обратную связь от объектов управления и более точно работать с ключевыми показателями развития, а также фиксировать уровни ответственности личностей в процессе принятия управленческих решений.

Эксперты ожидают, что к 2024 г. идея будет в некоторой степени реализована: 50 наиболее востребованных государственных услуг будут оказываться мгновенно, данные всех государственных информационных ресурсов будут доступны в реальном времени через программные интерфейсы. Кроме того, предполагается открытие Центра управления эффективностью, который будет отвечать за цифровую трансформацию всех процессов оказания госуслуг и оценивать эффективность изменений.

Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций — новое профильное ИТ-ведомство (ранее Минкомсвязи) — будет управлять «оцифровкой» Правительства. Кроме того, А. Кудрин и Центр стратегических разработок предлагают введение должности вице-преьера по цифровой трансформации. Разработка «единой архитектуры государственной цифровой платформ» будет основана на едином массиве данных и системе удаленной биометрической идентификации, а

позже и на переводе контрольно-надзорных функций государственных служащих программным системам на основе искусственного интеллекта. Так называемые «интеллектуальные агенты» смогут работать с базами данных граждан («цифровые двойники» граждан) для выполнения определенных услуг.

Следовательно, работа и развитие данного направления приведет к формированию особого национального цифрового суверенитета, под которым исследователями понимается право государства определять свою информационную политику самостоятельно, распоряжаться инфраструктурой, ресурсами, обеспечивать информационную безопасность и т. п.

Цифровой суверенитет позволит Правительству:

- самостоятельно и независимо определять и внутренние и геополитические национальные интересы в цифровой сфере;
- вести самостоятельную внутреннюю и внешнюю информационную политику;
- распоряжаться собственными информационными ресурсами, формировать инфраструктуру национального информационного пространства;
- гарантировать электронную и информационную безопасность государства.

В этой связи особый интерес представляет хактивизм. Термин «хактивизм» представляет собой форму общественного и политического активизма, который осуществляется через интернет с помощью инструментов хакинга. Основная цель — практическая реализация свободы слова в сети (возможно, публикации полученных секретных данных, блокировки интернет-сайтов, взлома интернет-аккаунтов и поддержки различных форм гражданского неповиновения).

Данный термин возник в первой половине 1990-х гг., его авторство приписывают члену хакерской группы Cult of the Dead Cow с ником Omega. Однако одними из первых акций хактивистов чаще всего называют акции, организованные в конце 1980-х гг. австралийским хакером и политическим активистом Джулианом Ассанжем (в то время действующим под ником Mendax). Вместе с другими хакерами Mendax создал группу International Subversives, на счету которой взломы информационных систем и получение секретных данных многих организаций, в том числе военных, правительственных и банковских.

Самые известные международные группы хактивистов: Anonymous, Cult of the Dead Cow, EDT (Electronic Disturbance Theatre), Chaos Computer Group. Иногда из-за радикальной деятельности хактивизм сравнивают с кибертерроризмом, суть которого заключается в проведении террористических атак в виртуальной реальности.

Таким образом, «цифровое правительство» — это трансформация деятельности органов власти, организаций здравоохранения и образования на основе ИТ через эффективное использование данных (принцип ориентации на данные, а не документы), что обеспечивает широкий спектр социально-экономических эффектов. Оценивать «цифровую зрелость» правительств тоже можно, и в настоящее время исследователи выделяют набор из шести индикаторов: приоритет цифровизации (digital priority), удовлетворенность избирателей (constituents satisfaction), вовлеченность граждан (citizen engagement), экономическая конкурентоспособность (economic competitiveness), продуктивность государственно-сектора (public sector productivity), развитие ИКТ (ICT development).

Следовательно, могут быть представлены три базовых сценария цифровизации:

1) для развитых стран, сокращающих государственные расходы, чтобы сбалансировать бюджет, и показывающих умеренный рост государственных расходов на ИКТ.

2) для развивающихся стран с сильным экономическим ростом и высокими темпами роста государственных расходов на ИКТ.

3) для стран с развитой экономикой, низким дефицитом или профицитом бюджета и умеренным ростом государственных расходов на ИКТ.

Литература:

1. **Добролюбова, Е. И.** Цифровое будущее государственного управления по результатам / Е. И. Добролюбова, В. Н. Южаков, А. А. Ефремов и др. — М. : ИД «Дело» РАНХиГС, 2019.

2. **Понкин, И. В.** К вопросу об agile-подходе в государственном управлении / И. В. Понкин // Административное право и процесс. — 2017. — № 12. — С. 38–40.

3. **Талапина, Э. В.** Правовое регулирование цифрового правительства в России: возможности учета требований ОЭСР / Э. В. Талапина // Государственная власть и местное самоуправление. — 2018. — № 3. — С. 20–25.

4. **Южаков, В. Н.** Внедрение управления по результатам в деятельность органов государственной власти: промежуточные итоги и предложения по дальнейшему развитию / В. Н. Южаков, О. В. Александров, Е. И. Добролюбова и др. — М.: ИД «Дело» РАНХиГС, 2014.

5. **Южаков, В. Н.** Государственное управление в сфере стимулирования развития информационных технологий: проблемы и направления совершенствования / В. Н. Южаков, Э. В. Талапина, Е. Н. Ключкова и др. // Журнал юридических исследований. — 2017. — Т. 2. — № 3. — С. 89–100.

УДК 003 + 004.8

*И. Э. Сулейменов, Е. С. Витулёва,
С. В. Коньшин*

Код и знаковые системы с точки зрения диалектики информации

I. E. Suleimenov, Ye. S. Vitulyova, S. V. Konshin

Code and sign systems in terms of dialectics of information

Аннотация. Показано, что любую знаковую систему следует рассматривать с позиций диалектики: с одной стороны, она отвечает существующей трактовке понятия «означающее», с другой — представляет собой систему переработки информации, приобретающую относительную самостоятельность. Показано, что рассмотрение знаковых систем с позиций диалектики актуально с точки зрения раскрытия сущности интеллекта как такового. В соответствии с принципом диалектической симметрии сущего, информацию следует рассматривать как диалектическую категорию, парную категории материи. Этот же принцип утверждает, что системы переработки информации образуют вполне определенную иерархию, на высшей степени которой находится интеллект, а на одной из низших — знаковые системы. Использование данной иерархии позволит в перспективе преодолеть многие трудности, возникающие при создании систем искусственного интеллекта, вследствие того, что сущность интеллекта де-факто до сих пор остается нераскрытой.

Ключевые слова: означаемое, означающее, знаковая система, искусственный интеллект, диалектика информации, диалектическая симметрия, категории диалектики.

Abstract. It is shown that any sign system should be viewed from the standpoint of dialectics: on the one hand, it corresponds to the existing interpretation of the concept of “meaning”, on the other hand, it is a system of information processing that acquires relative independence. It is shown that the consideration of sign systems from the standpoint of dialectics is relevant from the point of view of revealing the essence of intelligence as such. In accordance with the principle of the dialectical symmetry of existence, information should be considered as a dialectic category paired with the category of matter. The same principle states that information processing systems form a well-defined hierarchy, at the highest level of which is intelligence, and on one of the lowest - sign systems. The use of this hierarchy will allow, in the future, to overcome many difficulties that arise when creating systems of artificial intelligence, due to the fact that the essence of intelligence de facto still remains unsolved.

Key words: signified, significant, sign system, artificial intelligence, dialectic of information, dialectic symmetry, categories of dialectics

В ряде работ [1; 2] было положено начало диалектическому осмыслению категории информации и всех понятий, которые так или иначе с ним связаны. Нет необходимости подчеркивать, что в современных условиях понимание и философское осмысление такого рода понятий становится более чем актуальным в связи с разработками систем искусственного интеллекта. В настоящее время уровень развития программных средств очень высок, однако дальнейшее продвижение в данном направлении часто тормозится из-за отсутствия подлинного понимания самой сущности интеллекта. Многочисленные попытки раскрыть данное понятие, предпринимаемые в современной литературе, фактически сводятся к деструктивным определениям, то же можно сказать и о более ранних исследованиях.

Развиваемый нами подход, основанный на диалектике информации, утверждает, что для понимания сущности интеллекта, прежде всего, необходимо понимание и философское осмысление базовых понятий, связанных с категории информации.

В частности информацию следует рассматривать как философскую категорию, парную категории материи. Сущность материи диалектична сама по себе, точно так же и сущность информации является диалектичной. Следует различать информацию, которая однозначно связана с тем

или иным событием или объектом. Так, в любом атоме водорода (или образце данного газа) «содержится» информация о свойствах атомов водорода вообще.

В результате акта исследования данная информация отчуждается — преобразуется в сведения, которые относятся к тому или иному конкретному объекту, но непосредственно с ним уже не связана. В частности, здесь речь может идти о справочнике по химии, в котором содержатся те или иные сведения о химическом элементе, именуемом «водород». То же самое можно сказать и применительно к любому событию, которое фиксируется, например, в летописи или полицейском протоколе. На основаниях подобного рода в [2] было предложено использовать категорию отчужденной информации, которая свободна от тех недостатков, которыми обладает, например, понятие «ценная информация».

В данной работе аппарат диалектики информации развивается дальше. Мы утверждаем, что такое понятие, как код, алфавит или, шире, — любая знаковая система, также является сугубо диалектической. Прежде всего отметим, что любая знаковая система, с одной стороны, представляет собой сужающее отображение или, как говорят математики, инъекцию. Действительно, всё многообразие явлений природы, с одной стороны, может быть отображено средствами естественного языка. Точнее, любой естественный язык позволяет описать природные явления соответствующими языковыми средствами, однако не будет преувеличением сказать, что при этом заведомо теряется значительная информация, которую тот, кто использует языковые средства, полагает несущественной. Упрощая, литератор на страницах того или иного произведения может написать просто «зеленое дерево», не указывая при этом конкретную биологическую принадлежность данного растения, его возраст, состояния листы и т. п.

С другой стороны, любая достаточно сложная и развитая знаковая система представляет собой не просто средство отображения реального мира, но и относительно самостоятельное средство переработки информации; в этом и состоит его диалектическая природа.

Для того, чтобы показать это, можно обратиться, в частности, к классическим примерам поэтической речи, где слова, обладающие вполне определенным смысловым значением, порождают новое качество за счет того, что они вполне определенным образом комбинируются в некоторую систему. Поэт, оперируя минимумом слов, оказывается в состо-

янии передать гораздо более полную гамму чувств, воздействовать на эмоции и т. д. только за счет фактора системности — за счет того, что он сумел построить из слов некоторую систему, которая обладает новым качеством. Здесь напрашивается аналогия с любой сложной системой, в которой связи между элементами оказываются в состоянии сформировать новое качество, обеспечить переход из количества в качество.

Еще одной иллюстрацией является любое словотворчество. Например, нарочито вульгарный язык так называемых «падонков», фактически представляет собой некую лингвистическую игру, в которой одни фонемы заменяются другими, за счет чего в общественное сознание транслируются некоторые новые смыслы.

На первый взгляд, эти соображения кажутся тривиальными, но вместе с тем они доказывают чрезвычайно важные обстоятельства: знаковая система есть не просто средство для отображения явлений или событий реального мира, но средство переработки информации. Иными словами, она выходит за классическое [3] противопоставление означаемого и означающего. Любая достаточно сложная знаковая система (или код) есть нечто гораздо большее. Код при определенных условиях может «жить самостоятельной жизнью», точнее, приобрести относительную самостоятельность.

Наиболее последовательным примером в данном отношении является классическая математика. В самом деле, любая система счисления изначально была предназначена только для того, чтобы отображать количество тех или иных предметов. Изначально люди создавали числовые знаки только для того, чтобы просто подсчитывать количество голов скота, амфор с вином или иного имущества.

Однако достаточно быстро был сделан вывод, что над этими знаками можно совершать операции. Тем самым числовая знаковая система стала не просто означающим (в том смысле, в котором этот термин используется в [3]), но стала системой переработки информации. Действительно, даже выполняя простейшее действие — сложение двух чисел в «столбик» на бумаге, — мы фактически уже имеем дело с системой переработки информации. Мы получаем новую информацию (результат сложения) за счет того, что оперируем только символами.

Именно в этом смысле и следует говорить о том, что любая знаковая система диалектична по своей природе. С одной стороны, она действительно является означающим, а с другой — приобретает вполне опре-

деленную относительную самостоятельность, позволяя конструировать нечто иное, позволяя осуществлять качественно-количественные переходы.

В наибольшей степени данный подход характерен для такой области знаний, как математическая логика. Операции, совершаемые над символами, позволяют получать новую существенную информацию, точнее новые знания. Впрочем то же самое касается и любой другой области математики. Опираясь на символы, математик получает новые знания, и именно в этом смысле допустимо говорить о том, что знаковая система «живет самостоятельной жизнью»: новые теоремы, доказанные только средствами математики, уже нельзя рассматривать как означающее (во всяком случае, в смысле [3]).

Рассмотрение кода или любой знаковой системы с позиции диалектики представляет и вполне определенный прикладной интерес. А именно, современные попытки разработать системы искусственного интеллекта, как отмечалось в [4], сталкиваются с целым рядом трудностей, связанных с непониманием сущности интеллекта как такового. Мы также не претендуем на то, чтобы раскрыть сущность интеллекта в отдельно взятой работе, но путь к этому с точки зрения диалектики представляется вполне ясным.

В работе [5] был выдвинут принцип диалектической симметрии сущего. Он базируется на представлениях о том, что материя и информация суть парные диалектической категории. В частности им невозможно дать определение (в смысле «школьной дефиниции»), они определяются через противопоставление.

Из этого, казалось бы, достаточно простого утверждения вытекает ряд более чем значимых следствий. Не вызывает сомнений, что формы существования материи являются самыми различными. В частности, существует вполне определенная иерархия уровней организации материи (от механического до биологического и социального). Исходя из представления о том, что материя и информация суть парные диалектические категории, можно утверждать, что и в «информационной ипостаси» сущего также должны существовать вполне определенная иерархия, одну из низших ступеней в которой занимает категория отчужденной информации, рассмотренная выше, а также в работах [1; 2].

Принцип диалектической симметрии материи и информации утверждает, что наряду с наиболее значимой и наиболее (быть может) со-

вершенной системой переработки информации, которую мы именуем «интеллектом», должны существовать и промежуточные формы.

Тот факт, что в «информационной ипостаси» сущего тоже реализуется определенная иерархия, полностью согласуется с диалектическим пониманием знаковых систем. Простейшей системой переработки информации, которая представляет собой нечто большее, чем просто отображение реальных событий, явлений и фактов реального мира, является любая достаточно сложная знаковая система (алфавит или система счисления).

Еще более высокий уровень отвечает знаковым системам, позволяющим получать качественно новую информацию. Очевидно, что здесь речь идет о знаковой системе, лежащей в основе современной математики. Подчеркнем еще раз, математик действительно в состоянии получить новые знания, оперируя исключительно только символами.

Есть все основания полагать, что, двигаясь по этому пути, т. е. рассматривая усложняющиеся системы переработки информации, в итоге можно будет прийти к пониманию интеллекта как такового.

Литература:

1. **Сулейменов, И. Э.** Категории материи и информации: взгляд с позиций физической химии полимеров / И. Э. Сулейменов, Е. А. Бектуров // Доклады Национальной АН РК. — 2007. — № 4. — С. 47–51.

2. **Габриелян, О. А.** Диалектика информации / О. А. Габриелян, Г. А. Мун, С. В. Панченко и др. // Ученые записки Крымского федерального университета им. В. И. Вернадского. Философия. Политология. Культурология. — 2015. — Т. 1. — №. 2. — С. 137–148.

3. **Эко, У.** Отсутствующая структура. Введение в семиологию / У. Эко. — М.: АСТ, 2019.

4. **Калимолдаев, М. Н.** Искусственный интеллект как драйвер четвертой технологической революции: Учебное пособие для магистрантов / М. Н. Калимолдаев, Г. А. Мун, И. Т. Пак и др. — Алматы: Изд-во ТОО «Полиграфкомбинат», 2018.

5. **Suleimenov, I. E.** Dialectical Understanding of Information in the Context of the Artificial Intelligence Problems / I. E. Suleimenov, O. A. Gabrielyan, A. S. Bakirov and others // IOP Conference Series: Materials Science and Engineering. — Vol. 630. — No. 1. — P. 012007.

Специфика молодежного потребления социальных сетей в России (2014–2019 гг.)¹

G. S. Filatkina

Specifics of youth consumption of social networks in Russia (2014–2019)

Аннотация. Автор сравнивает потребление социальных сетей российской молодежью в 2014 и 2019 гг. В статье рассматриваются факторы, влияющие на особенности потребления социальных сетей детской и подростковой аудиторией. Выводы автора дополняются 28 глубинными интервью, проведенными среди молодых людей в возрасте от 12 до 18 лет.

Ключевые слова: социальные сети, молодежная аудитория, медиапотребление, коммуникация, Россия.

Abstract. The author compares the consumption of the largest social networks by the youth of Russia in 2014 and 2019. The article considers the factors which influence the specific of social networks consumption by young people. The author's conclusions are complemented by 28 in-depth interviews conducted among Russian children and adolescents 12–18 years old.

Key words: social networks, young audience, media consumption, communication, Russia.

Развитие интернет-коммуникаций и появление новых технологий в сфере связи сегодня неразрывно связаны с жизнью детей и подростков. Новая технологическая среда и виртуальная реальность понемногу подменяют детям и подросткам основную среду и становятся важной сферой для их развития, взросления, обучения, социализации. Так, одной из ключевых функций социальных сетей является возможность общения по интересам и создание тематических сообществ. Эта функция соцсетей очень востребована среди молодежи, привыкшей объединяться в неформальные компании и воспринимающей подобные группы в ка-

¹ Исследование выполнено за счет средств гранта Российского научного фонда (проект № 18-78-10090).

честве неких субкультурных площадок. Ведущая коммуникационная функция социальных сетей позволяет молодым людям состоять в постоянном общении, расширять свой круг знакомых, находить виртуальных собеседников в тех случаях, когда в реальности коммуницировать с окружающими не получается.

На данный момент в России доступно большое количество социальных платформ, среди которых есть как глобальные и наиболее популярные в мире (например, Facebook, YouTube, Instagram), так и национальные (например, ВКонтакте, Одноклассники). В 2018 г. проникновение социальных сетей в России оценивается в 49%, другими словами, аккаунты в них имеют 70 млн россиян [3]. Доля подростков в возрасте от 13 до 18 лет, имеющих профили в соцсетях, составляет 20%. Это третья наиболее активная возрастная группа, следующая за группами 25–34 лет и 18–24 года, соответственно. Активнее всего российские подростки используют YouTube, на втором месте — ВКонтакте, на третьем — Instagram. Порядка 30% подростков проводят в социальных сетях до четырех часов ежедневно, а четверть из них проверяют обновления ежедневно. Это связано с тем, что именно подростковая аудитория чувствует острую необходимость немедленно реагировать на все обновления и новые сообщения. Для подростков крайне важно не упустить момент и постоянно находиться в социальном взаимодействии.

Российская аудитория социальных сетей заметно помолодела за последние пять лет: в 2014 г. подростки 13–18 лет составляли около 10% аудитории социальных сетей [2]. 44% российских подростков проводили в соцсетях в среднем от одного до трех часов ежедневно. В 2014 г. наиболее популярной социальной сетью среди российских подростков была ВКонтакте (76%). Однако спустя пять лет подростковая аудитория наиболее активно начала использовать YouTube; ВКонтакте и Instagram по востребованности расположились на втором и третьем местах соответственно [1]. Порядка 15% российских подростков используют YouTube не только для развлечения, но и для поиска релевантных ответов по самым разным темам — музыка, спорт, ЗОЖ, образование, искусство, наука, мода, технологии, еда, политика. Таким образом, социальные сети постепенно заменяют российским подросткам поисковики с их функцией поиска информации по запросу.

Видеоформат становится более привлекательным для молодежной аудитории: подростки активнее подписываются на различные видео-

блоги, которые, как правило, имеют отношение к развлечениям, юмору, компьютерным играм, музыке. Российские подростки больше доверяют блогерам и новостям на YouTube, чем информации, опубликованной официальными СМИ. Исследование Young & Younger, проведенное агентством Magram MRAgency совместно с РВН Н+К, подтверждает, что 46% подростков в возрасте 14–17 лет потребляют новости из YouTube. Данная возрастная группа активнее других потребляет новостную информацию посредством YouTube [4].

В 2014 г. наиболее важными функциями у молодежной аудитории соцсетей были коммуникация, развлечение (прослушивание музыки, просмотр фильмов и видеоконтента, юмор), поиск информации и новостей [2]. Это говорит о том, что в целом подросткам были свойственны практики, связанные с потреблением контента (репосты, скачивание, чтение, прослушивание), а не с его производством.

В 2019 г. российская подростковая аудитория стала более активной в коммуникационном плане: чаще ставит лайки и комментирует посты своих друзей и других пользователей (68%), при этом их комментарии зачастую содержат не слова, а стикеры, GIF или эмодзи (61%); размещает собственные фотографии и видео (62% и 32% соответственно), публикует ссылки на контент (45%), кроме этого, проявляет свою позицию, комментируя посты лидеров мнений и популярных блогеров (27%) [1].

В 2018–2019 гг. мы провели 28 глубинных интервью с детьми и подростками в возрасте 12–18 лет, проживающими в трех российских городах: Москве, Нижнем Новгороде и Ростове-на-Дону. Интервью содержали в себе вопросы, касающиеся медиапотребления подростков в целом и социальных сетей в частности. Исходя из результатов, полученных в ходе обработки и анализа интервью, можно сделать несколько выводов относительно современных тенденций потребления социальных медиа. Подростки практически не читают печатную прессу, минимально смотрят телевидение (фоновое потребление) и практически не слушают радио. Вместо этого они активно потребляют интернет-контент, в частности социальные сети, где они общаются со своими одноклассниками и друзьями, узнают новости, ищут необходимую информацию, читают посты популярных блогеров, слушают музыку и смотрят видео. Иногда они выполняют несколько действий одновременно.

Подростковая аудитория ощущает острую потребность отвечать на все обновления и новые сообщения незамедлительно. Некоторые под-

ростки проверяют свои профили в социальных сетях каждые 30 минут, другие проводят в социальных медиа по 4–5 часов в день. Они нередко носят мобильный телефон в руке, чтобы вовремя отреагировать на новые сообщения. В то же время интервьюируемые отметили, что могут проверять свои профили, даже если не получили новые сообщения. Проверка аккаунта, пролистывание новостной ленты, рассматривание фото превратилось в своего рода привычку.

Исходя из ответов респондентов, участвовавших в интервью, социальная сеть ВКонтакте является самой популярной среди подростков, потому что она фокусируется на школьном круге друзей и школьной жизни в целом, что является первостепенным для детей в возрасте 12–17 лет. Для возрастной группы 16–18 лет второй и третьей по популярности социальными сетями являются ВКонтакте и Instagram, в которых они загружают свои фотографии, лайкают посты друзей и популярных блогеров, читают новости. Facebook и Одноклассники оказались наименее востребованными соцсетями среди респондентов: по их мнению, эти площадки не очень удобны и функциональны в плане коммуникации и подходят более взрослой аудитории.

Таким образом, тенденции потребления российскими подростками социальных сетей в последние пять лет отчетливо демонстрируют повышенное потребление фото- и видеоформата, высокую коммуникативную активность аудитории, в том числе нетекстуального характера, и потребление информации развлекательного характера, а также повышенное доверие социальным сетям как новостным и информационным источникам.

Литература:

1. Аудитория социальных сетей в России-2019: [Электронный ресурс] // popsters.ru. URL: <https://popsters.ru/blog/post/auditoriya-socsetey-v-rossii> (Дата обращения: 20.10.2019).
2. Социальные сети в России: исследование Mail.Ru Group: [Электронный ресурс] // corp.mail.ru. URL: <https://corp.mail.ru/media/files/issledovanie-auditorij-sotcialnykh-setej.pdf> (Дата обращения: 21.10.2019).

**Реклама как зеркало времени
(Очерки истории российской рекламы)**

А. V. Khashkovskiy

**Advertising as a mirror of time
(Essays on the history of Russian advertising)**

Аннотация. Статья повествует об особенностях развития российской рекламы. Приведены примеры рекламы начала века. Дан подробный анализ примеров российской рекламы.

Ключевые слова: реклама, история, бренд, орфоэпия.

Abstract. The article is devoted to the history of Russian advertising. Examples of advertising of the beginning of the century are given. A high-quality analysis of examples of Russian advertising is given.

Key words: advertising, history, brand, orthoepy.

Уже почти 30 лет существует российская реклама. Рекламу не очень любят. Это понятно: реклама мешает просмотру и прослушиванию. Вместе с тем именно реклама объективно отражает свое время. 25 лет автор работает в рекламе, преподает рекламу и пишет о рекламе. Его заметки о рекламе — уникальное историческое свидетельство. Итак, реклама начала века.

Идея создания нового из старого не нова. Как говорил Дядя Федор из «Простоквашино», чтобы продать что-то ненужное, нужно сначала что-нибудь ненужное купить. Реклама не может создавать свои тексты на пустом месте. Никому, кажется, уже не нужен идеологический штамп советских времен «Светлое будущее» — в прошлом бывший синонимом слова «коммунизм». Однако нашлись рекламные умельцы, которые, поправ эту безделицу на свалке словесного мусора, сделали из нее качественный девиз. Теперь синоним «коммунизма» используется для рекламы светлого пива. В соединении со *Светлым* пивом *Светлое* Будущее потеряло идеологическую помпезность и приобрело легкую горчинку иронии, характерную для пива. Все «рифмуется»: и пиво с иронией, и будущее с ностальгией, и горькое со светлым, и светлое пиво со светлым будущим. Все это напоминает философскую притчу о Курочке Рябе: взамен «золотого яичка» мы получили «яичко простое», но зато настоящее.

Рекламные диггеры активно перекапывали отвалы советских лозунгов, чтобы сделать из «ненужного» что-то действительно «нужное». Построенный на анафоре (повторении слов в начале высказывания) лозунг советского тыла «Все для фронта, все для Победы» словно из стали отлит. Ритмический повтор усиливает важные отношения причины и следствия, связывающие первый и второй элементы лозунга. Заменяв «фронт» на «спорт» авторы рекламы магазинов “Intersport” получили слоган «Все для спорта, все для победы». Модификация лозунга военного времени всего на две буквы принесла качественный креативный плод: риторическая энергия и логика первоисточника при модификации сохранились в полном объеме. Всего две буквы отличают слово «фронт» от слова «спорт», а как эта замена переворачивает смысл, сохраняя при этом все достоинства формы оригинала! Думаю, даже ветераны фронта и тыла будут не против, если парафраз на военную тему послужит спортивной торговле и мирным победам в спорте.

Советское прошлое приносит дивиденды не только России: стилистику соцреализма — уже без тени недавнего негатива — эксплуатировали и в ближнем зарубежье. В Литве под названием «Коммунисты» появилась выполненная в стиле советского плаката реклама кефира “Labas Rytas” («Доброе утро»). В ярких оптимистических тонах плакаты изображали строителя и хозяйку-работницу, презентующих кефир “Labas Rytas” в новой упаковке. Девиз на английском языке гласит: «Мы знакомы с ним так давно. Но только сейчас он выпускается в удобной упаковке». Забавно, что реклама являет собой пример как раз обратного: старая «упаковка» соцреализма наполняется новым рыночным содержанием. В кампании «Коммунисты» советская идеология испарилась, а художественные формы до краев наполнились маркетингом. «Новосоветская» реклама литовского кефира, выполненная агентством Leo Burnett Vilnius, решала минимум пять маркетинговых задач:

- привлекала внимание и освежает доверие к «старому знакомому»;
- создавала «новый» позитивный имидж прежде обезличенного продукта;
- обращала внимание потребителей на удобство новой упаковки;
- привлекала молодежь — сегмент рынка кефира, утраченный за «постсоветские» годы;
- выделялась на фоне «современной» рекламы конкурентов;
- парадоксальным образом рекламировала Россию.

Далеко не всегда использование исторических образов и стилей бывало столь же успешным и обоснованным. Если на лайт-боксе в метро вы увидели девушку в костюме длинноухого животного — не обольщайтесь — это не реклама журнала “Playboy”. Актриса, изображающая зайчика в аптеке, выглядит довольно жалко: лапки поджаты, личико зеленоватого цвета. Можно подумать, что в аптеку ее занесло за валидолом с новогоднего утренника: дети довели.

На самом деле, это была реклама сети аптек «Первая помощь» с использованием сюжета и персонажей поэмы Н.А. Некрасова «Дед Мазай и зайцы». Дед этот знаком всем еще по букварям и потому стал героем бесчисленных пародий. Только «японских» версий Мазая — около десятка. В них Мазай — то старый якудза, то самурай, то миллионер-развратник. В украинском варианте Мазай — старый казак, спасающий из турецкой неволи украинских зайцев: все одеты в вышиванки, а зайцы грызут сало... Не более естественно смотрятся зайцы и в аптечной рекламе. Дело в том, что уже существующий анекдотический контекст призывает к откровенному стёбу над Мазаем, а это не вяжется с рекламой аптек. Попытка вдохнуть в ветхозаветного сельского деда новую жизнь выглядит особенно нелепо под девизом: «Первая помощь» — Аптеки будущего)... В общем, вместо обещанного оптимистического будущего зритель попадает в изрядно осмеянное прошлое. В свое время «Первая помощь» порадовала нас уже абсолютно современным роликом с говорящей собакой. Сюжет: семья на пробежке. Бегут в аптеку, — вероятно, за «первой помощью». Отца и мужа в спортивной семье замещает крупный черный пес-водолаз, который, как выясняется, умеет говорить рекламные тексты. В предложении: «Мы не болеем, потому что мы заботимся о здоровье» водолазу досталась часть после запятой. Профилактический мотив ролика слабо вяжется с названием и символом аптечной сети — спасательным кругом: кто же загодя спасательные круги разбрасывает! От анекдотического Мазая рекламная кампания «Первой помощи» сделала крутой поворот к неполной семье, совершающей пробежки по аптекам. Единственное, что объединяло старую и новую кампанию, — использование животных. Может быть, «Первая помощь» решила стать ветеринарной?

На заре современной российской рекламы российские рекламисты нередко рассматривали рекламу как средство творческого самовыражения. Вот примеры с петербургского конкурса рекламных роликов «Львенок», проходившего в начале века. Иногда «наши рекламисты начина-

ют глобально самовыражаться, и на этом скользком пути часто делают глупости. Игровой ролик кетчупа “Адмирал” радует симпатичным уса-
тым адмиралом и огорчает ходульностью сюжета и в целом, и в деталях. Нелепости начинаются с названия продукта — “Кетчупъ «Адмиралъ»”. В слове “Адмирал” действуют современные правила орфографии, а в слове “кетчупъ” — дореволюционные, когда самого слова «кетчуп» не было в русском языке. Нелепость имени порождает себе подобную фабулу, из которой следует, что дама сама не может решить, сколько и куда добавлять соуса и должна полагаться в этом на партнера. Если бы адмирал и его пассия наперекрест солили и перчили свои ромштексы, было бы сразу видно, что у них от страсти поехала крыша. А так создается впечатление, что адмирал путает “кетчупъ” с коньяком. А вот компания “Русский холод” получила вполне совковую рекламу. Совместить “в одном флаконе” мороженое и блокаду Ленинграда — это надо было догадаться. В конце концов в мультике все возможно, но до тех пор, пока это не вредит решению маркетинговых задач. Фактически ролик позиционирует марку “Русский холод” как смертельно вредную для иностранцев. Девиз марки: “Что русскому хорошо, то немцу — ...”. Апофеоз рекламного бреда — ролик “Влад салат”. Под веселую считалку (тарелке каждой будешь рад, когда в тарелке “Владсалат”) некий “браток” тупо бухается лицом в тарелку — и “финита ля комедия»» [1. С. 187–188].

Но вернемся к нашим любимым «ерам». Примеров немотивированного или просто неграмотного использования историзмов в рекламных целях более чем достаточно. На Среднем проспекте Васильевского острова, было дело, прописался ресторан «Асесоръ». В «табеле о рангах» (или «табели о рангах») и словарях название этого чина пишется с двумя «с» — «Ассесоръ». Вероятно, сэкономленные на втором «с» деньги пошли на «Ъ» — букву под названием «ерь», которая активно используется в современной рекламе и нейминге для отрачивания виртуальных исторических корней. Самый известный российский бренд с «Ъ» — газета «Коммерсантъ», у которой «ерь» превратился в фирменный знак. В целом появление «Ъ» в постсоветских названиях было связано с мнимым «возрождением традиций», а точнее — созданием «старого русского» имиджа и желанием выразить некую «новую русскую твердость», которую призван передавать «твердый знак», ставший графическим аналогом «распальцовки». Объективно использование «Ъ» представляет собой проявление постмодернистской эклектики. Чтобы было понятно,

приведу пример. На одной из улиц Екатеринбургa был дом конструктивистского стиля, украшенный тремя — одна над другой — вывесками: ТОУОТА — ДОМ КОНТОР — БАНКЪ. Первое слово взято из современности, второе из эпохи НЭПа, а третье из дореволюционных времен, а все вместе взятые и являли пример постмодернистской эклектики. Вопрос в том, всегда ли «Ъ» полезен рекламодателю. Во-первых, «закос» под старину в перспективе ощутимо сужает репертуар возможных креативных и дизайнерских решений: «асессоръ» без основательной переподготовки в космос не полетит. Во-вторых, имя-историзм требует, чтобы и другие элементы фирменного стиля и культуры были выдержаны в историческом духе. В-третьих, пестрота шрифтовых гарнитур тоже рекламу не украшает, но не век же рекламироваться «антиквой». В общем бренды-историзмы осуждены быть антикварными и потому их не должно быть много и особенно — в современном контексте.

С «ером», который и по сей день популярен, надо быть осторожнее. Вот московский лидер производства и продаж мороженого ГК «Рамзай» заявил о себе первыми рекламными ласточками в Питере: в метро прошла рекламная кампания мороженого «МилажЪ», а на улицах мелькает транзитная реклама «Мороженое Рамзай». В данном случае использование «твердого знака» по определению вносит смысловой оттенок твердости, который явно противоречит семантике бренд-нейма, образованного от корня «мил». Произносится слово «Милаж» с мягким «ш» на конце, а тут — на тебе! — мягкий конец с «твердым знаком»: не логично как-то это и насильственно, а насильно, как говорится, мил не будешь.

«Мороженое Рамзай» обвешано историческими ассоциациями как новогодняя елка зайцами: станция такая есть в Пензенской области и перевал в Хибинах, названный именем английского геолога и гляциолога Эндрю-Кромби Рамзая. Был еще и химик, лауреат Нобелевской премии 1904 г. сэр Уильям Рамзай (William Ramsay). Именем Рамзай героический разведчик Рихард Зорге подписывал свои шифровки. Разведчику не везло: Сталин его шифровкам не верил, а японцы, наоборот, — верили и потому отрубили голову... Вот и приходится теперь догадываться, в честь какого Рамзая названа московская группа компаний. В любом случае сложности с регистрацией бренда «Рамзай» неизбежны. У москвичей есть только один законный способ защитить свое имя — перенести производство мороженого на хибинский перевал и зарегистрировать «Рамзай» как «наименование места происхождения то-

вара»: благо на Рамзае снег лежит почти круглый год. Впрочем, бренд «Рамзай» благополучно умер. Такова рекламная жизнь.

В 1999 г. автор написал статью для популярного в те времена рекламного журнала “YES”. Она называлась «Жизнь слишком коротка, чтобы пить плохой кофе». Речь в ней шла о роли рекламы в нашей жизни. Среди прочего сказано там было следующее: «Современный человек объят рекламой, как пророк Иона водами океана, но реклама вряд ли откроет нам Бога. От нее он может ожидать скорее фривольности и эпатажа, чем моральных заповедей. Что ж, если рекламный мир неизбежен, то пусть он хотя бы не будет скучным». Рекламный мир ответил взаимностью и стал развлекать публику, а публика смирилась с неизбежностью рекламного мира и стала развлекаться [2. С. 68].

Литература:

1. **Хашковский, А. В.** Скандал — стратегия успеха в бизнесе / А. В. Хашковский. — М. : Вершина, 2006.
2. **Хашковский, А. В.** Любите ли вы рекламу так, как люблю ее я? Рекламофилия — новое слово или новое явление? / А. В. Хашковский // Рекламодатель: теория и практика. — 2014. — № 1

УДК 009

И. А. Юмашева

**Виртуальные научные коммуникации:
специфика и содержание**

I. A. Yumasheva

Virtual scientific communications: specifics and content

Аннотация. В статье рассматриваются подходы к пониманию сущности виртуальных коммуникаций, содержание и специфика виртуальных научных коммуникаций как перспективный способ управления и осуществления научной деятельности, использующий возможности информационно-коммуникационных технологий. Дается классификация специфических направлений виртуальных научных коммуникаций.

Ключевые слова: виртуальные коммуникации, информационно-коммуникационное пространство, формы виртуальных коммуникации, виртуальные научные коммуникации.

Abstract. The article examines approaches to understanding the essence of virtual communications, content and specifics of virtual scientific communications as a promising way to manage and implement scientific activities, using opportunities Information and communication technology. The classification of specific areas of virtual scientific communications is given.

Key words: virtual communications, information and communication space, forms of virtual communication, virtual scientific communications.

Значимость изучения проблем виртуальных коммуникаций связана с неоднозначностью их социокультурного влияния на общество. Наряду с тем, что виртуальные коммуникации ускоряют и глобализируют культурный обмен, их влияние на формирование и трансляцию индивидуальных, групповых и социетальных ценностей трудно поддается изучению и контролю.

В последние годы виртуальное пространство часто используется для организации агрессивного информационного воздействия, объяснить результативность которого можно, только поняв механизмы действия виртуальных коммуникативных технологий.

Одним из наиболее развивающихся направлений в современном информационно-коммуникационном пространстве являются виртуальные научные коммуникации как перспективный способ управления и осуществления научной деятельности, использующий возможности информационно-коммуникационных технологий, в том числе Интернета и социальных сетей. Для понимания специфики и содержания данного направления коммуникаций необходимо рассмотреть, что представляет собой «виртуальная коммуникация».

В Большой российской энциклопедии дано следующее определение виртуальной коммуникации: «...общение с удалённым партнёром или группой, опосредствованное компьютером и системой телекоммуникаций (компьютерной сетью)».

Важно отметить, что основными видами виртуальных коммуникаций выступают в настоящее время:

- общение в режиме реального времени (чат);
- общение с перерывами между сообщениями: электронная почта, телеконференции, «ньюсгруппы».

Виртуальные коммуникации имеют такие отличительные характеристики, как опосредованность, дистантность, интерактивность, глобальный межкультурный характер, анонимность участников (в большинстве случаев), широкие возможности для конструирования личностной и социальной идентичности, отсутствие статусной иерархии, неопределенность и неразвитость социальных норм, маргинализация и карнавализация коммуникационных процессов [1; 3].

Основные функции, выполняемые коммуникационными виртуальными технологиями, — это удовлетворение потребностей в информации; коммуникативная; репрезентативная; саморепрезентативная; аффективная. Каждая предыдущая функция входит в состав последующей и занимает соответствующее место в иерархии функций [2].

В настоящий момент существует несколько классификаций виртуальной коммуникации, но наиболее популярной является классификация по степени интерактивности, согласно которой в киберпространстве существуют две основные формы коммуникации:

- синхронная коммуникация — взаимодействие происходит в режиме реального времени. Данная форма отличается высокой интерактивностью: чаты (Internet Relay Chat, IRC), ролевые игры MUDs и т. п.;
- асинхронная коммуникация с обеспечением возможности задержки ответа: веб-форумы (Web-based forums), дискуссионные списки (discussion lists), гостевые книги (quest books), электронная почта, списки рассылки (mailing lists), телеконференции (newsgroups); форумы и блоги и т. д. [4; 5].

В современных условиях информационно-коммуникационного пространства сети Интернет сформировались специфические направления виртуальных научных коммуникаций.

1. S2S (Science to science) — взаимодействие ученых и коллективов ученых (органов управления наукой) между собой. Проходит параллельно в нескольких аспектах: виртуальные конференции, виртуальные лаборатории и центры коллективного пользования, дистанционное обучение и повышение квалификации, стартапы, научно-справочная деятельность, научные социальные сети, аналитика.

2. S2G (Science to Government) — взаимодействие ученых и государственных органов: отчетность, наукометрия, оценка эффективности научной деятельности и публикационной активности, доведение госзадания до научных организаций.

3. S2B (Science to Business) — взаимодействие ученых и бизнеса: информирование бизнеса о достижениях науки; участие ученых, научных коллективов и организаций в коммерческих проектах и грантах.

4. S2P (Science to Public) — взаимодействие науки и общества: популяризация науки, коррекция образовательных программ среднего образования, проведение конкурсов, олимпиад.

Основным содержанием виртуальных научных коммуникаций является координация работ по внедрению коммуникационных технологий, методическое обеспечение и сопровождение, администрирование, аналитическая деятельность и подготовка отчетности и др. При рассмотрении специфики и содержания виртуальных научных коммуникаций нельзя не отметить их несомненные преимущества, заключающиеся в существенном снижении расходов на инфраструктуру науки и научные мероприятия, повышении оперативности взаимодействия ученых и государственных органов, а также бизнес-заказчиков между собой, создании условий интеграции персонального научного потенциала в единый государственный ресурс, создании условий для оперативного контроля за содержанием и эффективностью научных исследований и разработок, создании и внедрении оригинальных инструментов для повышения эффективности труда ученого.

Таким образом, на современном этапе развития информационно-коммуникационного мирового пространства актуальность развития и исследования виртуальных научных коммуникаций обусловлена мировыми трендами развития научной инфраструктуры.

Литература:

1. **Голуб, О. Ю.** Теория коммуникации / О. Ю. Голуб, С. В. Тихонова. — М. : Дашков и К, 2018.

2. **Доронина, Е. Б.** Повышение эффективности создания и функционирования сложных систем на основе анализа коммуникативных процессов / Е. Б. Доронина // Science Time. — 2016. — № 4. — С. 244–254.

3. **Ореховская, Н. А.** Социальные коммуникации / Н. А. Ореховская. — М. : Инфра-М, 2016.

4. **Чамкин, А. С.** Основы коммуникологии (теория коммуникации) / А. С. Чамкин. — М. : Инфра-М, 2018.

5. **Шарков, Ф. И.** Социальные технологии управления коммуникациями в профессиональной деятельности / Ф. И. Шарков, А. М. Горохов // Коммуникология: электронный научный журнал. — 2016. — № 1. — С. 61–67.

Раздел II. Социогуманитарные науки в современном обществе

УДК 130.2

И. Е. Астафьева

«Социокультурный код» как научная категория: методологический потенциал использования

I. E. Astafjewa

«Socio-cultural code» as a scientific category: the methodological potential of using

Аннотация. Любой предмет материального мира становится фактом культуры только в момент своего выделения из окружающего пространства и фиксации при помощи семиотических средств (знаки и знаковые системы) и механизмов (языки и коды культуры). Основное предназначение социокультурного кода — организация и поддержание семиотического фонда культуры — находит выражение в целом ряде его конкретных функций: генетической, трансляционной, социализации и культурной интеграции, аксиологической, регулятивной, семиотической, селективной.

Ключевые слова: семиотический метод, социокультурный код, текст культуры, знаковые структуры.

Abstract. Any object of the material world becomes a fact of culture only at the moment of its isolation from the surrounding space and fixation with the help of semiotic means (signs and sign systems) and mechanisms (languages and codes of culture). The main purpose of the sociocultural code is the organization and maintenance of the semiotic. Fund of culture is a number of specific functions: genetic, translational, socialization and cultural integration, axiological, regulatory, semiotic, selective.

Key words: semiotic method, socio-cultural code, the text of culture, the iconic structure.

Исследования, характеризующие явления трансформации семиотического пространства, так или иначе оперируют категориями код, кодирование, декодирование. Код (или социокультурный код) рассматривается как произвольная, но жесткая связь, ёмкая схема соответствий между объектами двух систем, находящихся в состоянии коммуникативной взаимозависимости. Другими словами, код культуры есть набор относительно постоянных мировоззренческих паттернов (аксиологических, языковых, символических, мифологических и пр.). Его изменение неизбежно влечет за собой трансформацию детерминированной им историко-культурной модели.

Структурно код — это знаковая последовательность. Многочисленные коды являются своего рода условием и каркасом всех семиотических и коммуникативных процессов, упорядочивающих и модифицирующих реальность, одновременно выступая в качестве основы структурирования информационного поля культуры. Код может быть проанализирован в качестве «социально-знаковой сущности, способной отчуждаемо от смертных индивидов хранить матрицу фрагментированного корпуса деятельности» [1. С. 87.]. Социокультурный код задает систему координат, в пределах которых происходит самоосуществление культуры, что созвучно классическому замечанию Л. Витгенштейна: «Границы моего языка означают границы моего мира». Коды обеспечивают семиотическую целостность культуры. Генерируемая иерархией кодов семиотическая модель мира поддерживает существование общества и культуры в качестве целостных открытых систем. В процессе общественной эволюции социокультурные коды играют роль, аналогичную роли генома в развитии биологического вида.

Социально-семиотический статус кода подчеркивает определение его в качестве «символического порядка значений, порождаемого базисными моделями культуры и субкультуры, который действует посредством первичной социализации членов какой-либо группы» [2. Р. 68]. В таком случае код предстает в качестве универсального принципа организации информационного пространства. Исследования в области «социального наследования» (например, [1]) позволяют выделить три основных структурных ключа социального кодирования: лично-именной (присущ первобытным коллективам, где социально значимая информация кодируется при помощи имени в процессе ритуальных актов); профессионально-именной (присущ традиционным

обществам, но рассчитан уже не на индивида, а на восприятие определенной социальной группой); универсально-понятийный (лежит в основе современной коммуникативной практики, а потенциальный объем транслируемого знания ограничен только языковыми возможностями). В подобном понимании культура как упаковка информационного пространства имманентно содержит некий набор различных кодов как деятельностных программ.

Эффективное самоосуществление социокода обусловлено коммуникативными основаниями культуры, а именно: кумулятивными — накопление, трансляционными — передача и, наконец, трансмутационными — формирование нового информационного поля. Человеческое поведение вариативно и многообразно. Это утверждение бесспорно. Однако также очевидно, что поведение индивида подчиняется нормам, выработанным обществом, и потому во многих смыслах типизировано. Тенденция к унификации поведения членов общества выражается, прежде всего, в том, что любой общественный организм, заботясь о своей целостности, предписывает своим членам следование системе социальных кодов как поведенческих программ. Для достаточно низких ступеней социокультурного развития, характерна жесткая заданность существующих в коллективе мировоззренческих кодов и поведенческих программ. Произвольное изменение или замена однажды установленного не допустимы. Устойчивость поддерживается сложными системами стереотипизации опыта, направленными на сдерживание вариативности поведения: ритуал как механизм, обеспечивающий повторяемость опыта; табу как система запретов.

Более высокий уровень культурного развития предполагает и большую гибкость в употреблении социальных кодов. Специализация семиотических систем, и в первую очередь распространение письменности, принципиально изменила структуру семиозиса. Семиотический контекст культуры упорядочился: тотальная знаковость сменилась специализированными знаковыми системами, фиксировавшими и транслировавшими значимый опыт. Культура теперь ориентирована на выработку новых текстов более, чем на воспроизведение известных, а индивид обладает известной свободой как в интерпретации уже существующих, так и при необходимости в порождении новых кодов.

Любой текст культуры (либо коммуникативный акт), мыслимый в качестве системы кодов, может быть раскодирован, т. е. представ-

лен в виде некоей схематической умозрительной конструкции (или цепочки подобных конструкций), позволяющей вычлениить ментальные составляющие (либо коммуникативные импульсы) представленной текстом картины мира. Однако для того, чтобы процесс декодирования был конструктивен, необходимо соблюдение следующего условия. Равно как прочтение знака, расшифровка кода требует от индивида определенных социально и культурно усвоенных навыков, поскольку содержание кода (а, соответственно, правила кодирования и декодирования) задается как стилевыми особенностями эпохи, отраженными в материальной и ментальной практиках, так и ее идейно-ценностными паттернами.

В ряду социопсихологических факторов, предопределяющих адекватность восприятия кода и содержащейся в нем информации, выделяются: уровень фоновых знаний коммуникаторов (аудитории), владение кодами (вербальные и невербальные единицы коммуникации), умение использовать и интерпретировать данный код, а также нивелировать смысловые лакуны, восстанавливая исходное содержание информации. Столь же очевидно, что процесс «кодирования — декодирования» имеет и обратную сторону — «вхождение» индивида в культуру осуществляется по мере освоения им ее знаковых практик, аксиологических ориентиров, стереотипов.

Знаковые структуры, располагаясь в определенных, преходящих пространственно-временно организованных «ячейках», составляют, таким образом, некое подобие глоссария. Обстоятельства отбора и эксплуатации отдельных «ячеек» моделируют код. Основное предназначение социокультурного кода — организация и поддержание информационного поля культуры — находит выражение в целом ряде его конкретных функций, среди которых:

– генетическая — аккумуляция общественно и исторически значимого опыта и обеспечение его преемственности (принцип надбиологического кодирования; социокультурный код выполняет функции присущие генетическому коду, реализуя механизм социокультурного наследования);

– трансляционная функция — трансляция информации в социальном пространстве и времени, предоставляющая участникам коммуникативного процесса вероятность согласования своей коллективной практики (трансляционная сущность кода подчеркивалась многими

исследователями: К. Леви-Строссом, заключившим, что коды являются средством «фиксации определенных значений» [3. С. 249] и их транспозиции в термины других систем; или У. Эко, определившим код в качестве модели, «являющейся результатом ряда условных упрощений, произведенных ради того, чтобы обеспечить возможность передачи тех или иных сообщений» [4. С. 66]);

– социализации и культурной интеграции — создание условий для вхождения индивидуума в тот или иной социокультурный континуум и обеспечение его «коммуникативной компетенции», т. е. способности адекватного прочтения и моделирования текстов данной культуры;

– аксиологическая — формирование общепринятых мировоззренческих императивов, своеобразных поведенческих норм воспроизводящих и регулирующих целостность социокультурного пространства, определяющих отношение индивида к окружающей среде и ориентирующих его деятельность (стержневые коды культуры обуславливают для каждого человека «эмпирические порядки, с которыми он будет иметь дело и в которых будет ориентироваться» [5. С. 33];

– регулятивная — обеспечение целостности, устойчивости и воспроизводства отдельных социальных организмов, а так же достижение, сохранение и воспроизводство консенсуса как глобального фактора стабильности общества (непрерывное семиотическое репродуцирование культурного пространства означает появление новых средств и способов самовыражения отдельного индивида, что в конечном итоге гарантирует воспроизводство общества в целом; именно об этом говорил Э. Сепир, заявляя, что общество только кажется статичной суммой социальных институтов, в то время как оно непрерывно творчески воссоздается с помощью пронизывающих его коммуникативных актов;

– семиотическая — генерирование и репродуцирование значений, языков и метаязыков культуры, обеспечивающее поликонтекстность культуры, другими словами, вариативность прочтения ее текстов;

– селективная — отбор информации, поступающей из внешних по отношению к данной культурно-семиотической системе инокультурных источников, ее принятие, интеграция или отторжение.

Таким образом, код играет роль своеобразной матрицы, моделирующей информационное пространство культуры. Кроме того, обозначенные функции демонстрируют множественность подходов к интерпретации кода как познавательной категории, существующих в рамках

различных исследовательских концепций, направлений и дисциплин. Наряду с этнопсихологическими (особенности «национального характера») социокультурный код несет в себе исторически оформившиеся и транслирующиеся от поколения к поколению константы мышления и поведения. Подобные ментальные стереотипы обладают уникальной устойчивостью и определяют характер поведенческих моделей (на всех без исключения уровнях общественного бытия) представителей данной историко-культурной общности.

Культура в глобальном смысле — это социогенетический код цивилизации. То есть то, что отдельные авторы склонны называть «социальной памятью» или «памятью мира» (А. Моль), «пассивной знаковой памятью» (М. К. Петров), «надындивидуальной системой информации» (В. Г. Афанасьев). Однако, как показывает анализ, за этим термином может скрываться весьма неожиданное содержание. Исследование такого рода был предпринято У. Эко («Отсутствующая структура»), и хотя, как подчеркивает он сам, созданная им «каталогизация» не носит исчерпывающего характера, она представляет довольно обширный спектр языскований, претендующих на изучение тех или иных кодирующих систем. Им выделяются: 1) коды, считающиеся естественными, — зоосемиотика, сигналы обоняния, тактильная коммуникация, вкусовые коды; 2) паралингвистика — медицинская семиотика, собственно паралингвистика, языки свиста и барабана; 3) кинезика и проссемика — язык жестов, язык пространства, архитектурные коды; 4) музыкальные коды; 5) формализованные языки, созданные под влиянием естественных наук; 6) письменные языки; 7) естественные языки; 8) визуальные коммуникации; 9) культурные коды — этикет, системы моделирования мира, типология культур, модели социальной организации; 10) эстетические коды; 11) массовые коммуникации; 12) риторические и идеологические коды.

Другой теоретик постструктурализма Р. Барт также довольно часто оперирует понятием «код», но уже в ином толковании. «Мы называем кодами просто ассоциативные поля, сверхтекстовые, организующие значения, которые навязывают представления об определенной структуре. Коды — это определенный тип уже виденного, уже читанного, уже деланного» [6. С. 455–456]. Барт выделяет в структуре литературного произведения несколько различных кодов, организующих его пространственно и содержательно (культурный код, код коммуникации, символический код, код действия, код загадки).

Существенной характеристикой как информационного кода, так и отдельных знаков, его составляющих, является социальность. Основываясь на этом утверждении, А. М. Кантор разворачивает понятие так называемого цивилизационного кода и предлагает следующую его типологизацию:

– монический код — предполагает единство внешнего (предметного) и внутреннего (смыслового) содержания («монокодическая культура не столько выражаема, сколь переживаема», и характеризует, прежде всего, аграрные общества, где коллективное тесно связано с индивидуальным, а социальное с природным, а также тоталитарные системы, где господствуют принуждение и универсализация мышления);

– дуалистический код — код более дифференцированного социокультурного взаимодействия, базирующийся на противопоставлении человека (субъекта) и мира (объекта) как сторон коммуникативного взаимодействия, характеризует переходные эпохи, когда привычное соотношение знаков и представлений приходит в столкновение с изменившейся реальностью;

– релятивный код — в основе которого лежит некий третий вариант субъект-объектных взаимоотношений, диалогичных, сложных, комплексных (собственная акцентуация такого кода состоит в миропонимании, означении, интерпретации мира, что позволяет назвать его семантическим или рефлексивным) [7. С. 148–156].

Любой культурный код несет на себе большую социальную нагрузку. Прежде всего, потому, что всякое означивание есть надделение предмета значением, т. е. вовлечение его в сложившуюся систему значений, образов и языков культуры. Предмет, не наделенный значением, оказывается вне семиосферы. Предмет, не получивший названия, оказывается вне сферы общественных интересов. Действительно, наименование позволяет индивиду вписаться в социум, определяет его место и функции в общественной иерархии. Ю. М. Лотман сущность личности трактует как «индивидуальный набор социально значимых кодов» [8. С. 76].

Культура как иерархия значений, выступает одним из важнейших механизмов социальной стратификации. Речь идет о знаках, характеризующих социальный статус своего выразителя или носителя. «Картина мира» того или иного общества (социальной группы) пронизана культурными смыслами и значениями, определяющими параметры

социокультурной градации, т. е. место отдельных субкультур (слоев, классов) в общественной иерархии, а также дистанции, разделяющие их, типы деятельности, хозяйственные занятия, статусные градации, ранги и должности имеют не только собственно экономическое, социальное или профессиональное содержание, но и символическое оформление через определенные культурные атрибуты и значения.

Развитие культуры всегда определяется приростом, усложнением информационного пространства. Этот прирост возможен как следствие того, что каждое новое поколение людей, не утратив связи с опытом предшественников, непрерывно генерирует новые тексты и смыслы культуры. С помощью семиотических универсалий культуры (как кодирующих средств) содержание индивидуального сознания переводится на социальный уровень и наоборот. Благодаря им возможен процесс бесконечного накопления, усвоения, селекции и трансляции социально значимых составляющих культуры, и таким образом непрерывного эволюционирования человека.

Литература:

1. **Петров, М. К.** Язык, знак, культура / М. К. Петров. — М. : Наука, 1991.
2. **Halliday, M. A. K.** Language as social semiotic: The social interpretation of language and meaning / M. A. K. Halliday. — L. : Arnold, 1979.
3. **Леви-Стросс, К.** Первобытное мышление / К. Леви-Стросс. — М. : Республика, 1994.
4. **Эко, У.** Отсутствующая структура / У. Эко. — М. : Corpus, 2019.
5. **Фуко, М.** Слова и вещи. Археология гуманитарных наук / М. Фуко. — СПб. : А-сad, 1994.
6. **Барт, Р.** Избранные работы: Семиотика. Поэтика / Р. Барт. — М., 1989.
7. **Кантор, А. М.** О кодах цивилизации / А. М. Кантор // Цивилизации. — Вып. 2. — 1993.
8. **Лотман, Ю. М.** О двух моделях коммуникации в системе культур // Ю. М. Лотман. Статьи по семиотике и топологии культуры. — Таллин : Александра, 1992.

Информационное обеспечение столыпинской аграрной реформы (1906–1917)

I. I. Voronov, V. I. Panteleev

Information support of the Stolypin agrarian reform (1906–1917)

Аннотация. В статье рассматривается деятельность сельскохозяйственного ведомства Российской империи по информационному обеспечению столыпинской аграрной реформы.

Ключевые слова: П. А. Столыпин, А. В. Кривошеин, главное управление, столыпинская аграрная реформа, община, землеустройство, переселение.

Abstract. The article discusses the activities of the agricultural department of the Russian Empire on the information support of the Stolypin agrarian reform.

Key words: P. A. Stolypin, A. V. Krivoshein, headquarters, Stolypin's agrarian reform, community, land management, resettlement.

В начале XX в. в России на повестке дня остро стоял аграрный вопрос. Недостаточность крестьянских земельных наделов вместе с ростом населения создали социальное напряжение в стране. Найденное решение аграрного вопроса вошло в историю как столыпинская аграрная реформа, так как именно председатель совета министров П. А. Столыпин стал ее движущей силой. Наряду с правительством в 1905–1907 гг. необходимость аграрной реформы была также выдвинута в программах либеральных и демократических политических партий. Разные политические силы по-своему понимали суть и решение аграрного вопроса. Некоторые из них, указывая на неспособность правительства изменить создавшуюся ситуацию, связывали решение аграрного вопроса со сменой существующего в России государственного строя. Заигрывая с крестьянством, политики стремились использовать его для захвата государственной власти. В такой ситуации особенно важным было информационное обеспечение предстоящих преобразований.

Реформа началась в невероятно трудное время: в стране разгоралась революция 1905–1907 гг., поэтому целью аграрной реформы, начавшейся в 1906 г., являлось создание слоя крестьян-собственников — опоры царского режима и нового земельного порядка. Суть этого порядка сводилась к следующему: разрушение там, где это возможно, сельской общины, землеустройство и переселение части крестьян на окраины. Для осуществления преобразований в 1905 г. Министерство земледелия и государственных имуществ было реорганизовано в Главное управление землеустройства и земледелия (ГУЗиЗ), которому из Министерства внутренних дел передавалось Переселенческое управление [1. С. 274–281].

Разрушение общины и землеустройство были первыми этапами аграрной реформы. Юридической основой преобразований стал указ от 9 ноября 1906 г. «О дополнении некоторых постановлений действующего закона, касающихся крестьянского землевладения и землепользования». Изданием указа снимались существовавшие ограничения и уточнялись действующие законы. Теперь крестьянин мог выйти из общины и укрепить земельный надел в собственность в виде хутора или отруба либо провести землеустройство внутри общины. Собственник надела мог продать землю и получить средства для переезда на окраины [5. С. 139–145]. Закон от 29 мая 1911 г. «О землеустройстве» дополнил имевшуюся нормативно-правовую базу и позволил начать упорядочивание землепользования как среди единоличных хозяйств, так и в общине [9. С. 85].

На начальном этапе аграрной реформы революционные события не позволяли правительству осуществлять качественное информационное обеспечение преобразований. Дело ограничивалось публикацией в газетах нормативно-правовой базы реформы, выступлениями министров и особенно П. А. Столыпина. Затем П. А. Столыпин приступил к созданию системы правительственной пропаганды, расходы на которую достигли 3 млн руб. Правительство заключило соглашение о совместной работе с газетой «Россия», приобрело часть паев газеты «Новое время», оказывало финансовую поддержку издателям провинциальных газет. Началась подготовка к изданию брошюр по подготовке преобразований [6. С. 85–87].

Для ознакомления крестьянства с правилами выхода из общины и проведения землеустройства (за счет казны) стали организовывать экскурсии на хутора. Отчеты об этих поездках публиковались для всеобщего сведения. В итоге среди крестьян усилилось стремление к выделению

из общины, а правительство приступило к учреждению училищ и краткосрочных курсов по подготовке землемеров. В дальнейшем уже состоявшие из вчерашних общинников сельскохозяйственные общества «Русское зерно», «Союз сибирских маслоделательных артелей» и др. начали организовывать (за свой счет) посещение не только российских, но и заграничных хозяйств. Записки крестьян о практике в Чехии, Моравии, Дании, письма сибирских маслоделов из Англии дополнялись их рассказами о претворении в жизнь полученных за рубежом знаний [16. С. 11].

Общий курс на разрушение общины не исключал ее сохранения там, где она была жизнеспособна и поддерживалась населением. Но на практике случалось и принуждение к выделению из общины. В 1909 г. П. А. Столыпину пришлось отдельным циркуляром разъяснять губернаторам положения указа 9 ноября о добровольности выхода из общины. Главнуправляющий ГУЗиЗ А. В. Кривошеин также был противником принуждения при проведении реформы. Так, выступая 29 мая 1911 г. на съезде по землеустроительным делам, он отмечал, что «совершенно ненормально проводить те меры, которым не сочувствуют владельцы земли» [17. С. 154–156].

Переселенческая политика была третьим этапом аграрной реформы. Переселение должно было не только снять социальное напряжение в деревне, но и прочно закрепить Сибирь за Россией. Революционный кризис был уже преодолен, и ГУЗиЗ массовыми тиражами стало издавать плакаты, брошюры, листовки с призывом переселяться и разъяснением предоставляемых переселенцам льгот. Крестьян знакомили с природно-климатическими условиями районов переселения, предупреждали о возможных осложнениях в пути и на месте заселения [14. С. 288].

Для ознакомления с условиями районов водворения на маршрутах следования крестьян в Челябинске, Сызрани и др. городах создавались «ознакомительные бюро». На всех важнейших станциях по пути проезда переселенцев были установлены стенды с ежедневно обновляющейся информацией об имевшемся в районе свободном земельном фонде. Имелись краткие описания районов водворения (с картами), списки участков, имеющих свободные доли и т. д. Даже фельдшерские пункты были снабжены справочной литературой. В Челябинске при молитвенном доме с 1914 г. проводились чтения, посвященные описанию губерний Сибири и Дальнего Востока. Подобные чтения производились в вагоне-аудитории, курсировавшем между станциями Курган и Макушино [13. С. 9–11].

В популяризации переселения лично участвовали П. А. Столыпин и А. В. Кривошеин. Так, с целью привлечения внимания правящих кругов и общественности к переселению А. В. Кривошеин в 1910 г. организовал совместную поездку министров в Сибирь. По итогам поездки был издан интересный и убедительный отчет [1. С. 446–447].

В силу таких причин, как неподготовленность земельных участков, недоброжелательность местного населения и т. п., не всем переселенцам удавалось завести хозяйство на новом месте. Часть крестьян, разорившись, уезжала на родину, но некоторые продолжали искать новые земли, и этим стремлением пользовались иностранные вербовщики дешевой рабочей силы. Так, А. Я. Гутман в брошюре «О переселении в Бразилию, штат Сан-Пауло», расхваливая местные условия, призывал к переселению за границу. Часть переселенцев ежегодно эмигрировала в Южную Америку и на Гавайские острова, где подвергалась жестокой эксплуатации [15. С. 446]. На фоне пропаганды эмиграции особое значение имела государственная поддержка повторного переселения. Все желающие выехать из Сибири дальше, на Дальний Восток могли рассчитывать на содействие правительства [2. Л. 104].

Аграрная реформа привлекала общественное внимание, поэтому действительные и мнимые ее недостатки использовались оппозицией в политической борьбе. Так, лидер большевиков В. И. Ленин заявлял о провале политики разрушения общины, землеустройства и переселения. «Теперь эта контрреволюционная система исчерпала себя, — писал он, — исчерпала свои социальные силы... Реформистских возможностей в современной России нет»...«...Старожил получил по четыре десятины и познал священные права собственности. Из пользования его изъяты десятки тысяч лучшей земли»... В результате произошло разорение и обнищание крестьян «и в России, и в Сибири» [10. С. 57, 106, 265–269]. О разрушении землеустроителями традиционного образа жизни кочевых народов сигнализировал С. Д. Майнагашев [11. С. 33–34]. Либеральная пресса писала о нечеловеческих условиях проезда переселенцев к местам водворения, называя переселенческие вагоны «8 лошадей и 40 человек», так как до переоборудования в них перевозили 8 лошадей [17. С. 242]. Социал-демократ Д. Зайцев доказывал, что законы о землеустройстве не соответствуют реальным условиям [4. С. 50–54]. О вопиющих недостатках в деле переселения в Сибирь сообщалось в книге лесного ревизора Енисейской губернии А. И. Комарова [8] и т. д.

Правительство стремилось опровергнуть утверждения оппозиции. Так, в интервью, данном премьер-министром саратовской газете «Волга», перепечатанном почти всеми газетами страны, П. А. Столыпин отмечал свое удовлетворение ходом реформы [17. С. 167]. Чиновник К. А. Кофод, указывая на популярность в крестьянской среде землеустройства, приводил примеры разверстания на хутора в западных губерниях еще до начала реформы [16. С. 559–564]. А. В. Кривошеин писал, что «перевозка переселенцев... по железным дорогам проходит у всех на глазах, и только оттого она и привлекает наибольшее внимание. Забывают при этом обычные условия, в которых живут переселенческие семьи на родине и будут жить в Сибири... В пути многие находят непривычные даже удобства» [15. С. 170]. С опровержением выводов Д. Зайцева выступил чиновник Енисейского губернского переселенческого ведомства В. Ю. Григорьев [3. С. 8–16]. Заместитель заведующего переселением и землеустройством в Енисейской губернии И. К. Ковригин опроверг выводы А. И. Комарова [7. С. 57–58].

Интересный отзыв о столыпинской реформе оставили немецкие специалисты. В преддверии войны Германия внимательно следила за российскими реформами. В 1913 г. в Россию для изучения русского опыта была направлена комиссия профессора Ауагена. По возвращении в Германию комиссия представила правительству отчет, в котором отмечались успехи землеустройства и прогнозировалось превращение России в сильнейшее государство Европы [9. С. 108].

В общем правительство обеспечило достаточно качественное информационное обеспечение аграрной реформы. В итоге, более 3 млн домохозяйств подали заявление о выходе из общин, а более 6 млн — о проведении землеустройства. В течение 1906–1914 гг. за Урал уехало 3 млн 772 тыс. человек, из которых 2 млн 745 тыс. осталось на новом месте [17. С. 157, 252]. Но, несмотря на усилия правительства, общество продолжало обсуждать лишь недостатки аграрной реформы. Это хорошо видно на примере полемики Комарова — Ковригина. Если работа А. И. Комарова всколыхнула общественное мнение и на нее отозвались положительными рецензиями многие газеты, то труд-опровержение И. К. Ковригина мало кого заинтересовал [12. С. 44]. Работа, подобная книге А. И. Комарова, была давно ожидаема оппозицией, а труд И. К. Ковригина в обществе восприняли лишь как отчет перед начальством. Оказалось, что едкую критику литератора сложно опровергнуть сухими цифрами ста-

тики. Таким образом, информационное противостояние с оппозицией власть проиграла. Начавшаяся в 1914 г. мировая война привела к приостановке, а революция 1917 г. — к прекращению столыпинской аграрной реформы.

Литература:

1. **Воронов, И. И.** Министерство земледелия Российской империи: XIX – начало XX вв. / И. И. Воронов. — Красноярск : Литера-принт, 2013.
2. Государственный архив Красноярского края (ГАКК): Ф. 262. Оп. 1. Д. 262.
3. **Григорьев, В. Ю.** На почве недостаточной осведомленности / В. Ю. Григорьев // Сибирские вопросы. — № 12. — 1907. — С. 8–16.
4. **Зайцев, Д.** К аграрному вопросу в Сибири / Д. Зайцев // Сибирские вопросы. — № 2. — 1906. — С. 50–54.
5. **Казарезов, В. В.** Крестьянский вопрос в России (конец XIX – первая четверть XX в.) / В. В. Казарезов. Т. 1. — М. : Колос, 2000.
6. **Кириянов, И. К.** П. А. Столыпин: первый публичный политик из среды российской бюрократии / И. К. Кириянов // П. А. Столыпин и исторический опыт реформ в России (к 100-летию со дня гибели П. А. Столыпина): Международная научно-практическая конференция. Москва, 28–30 сентября 2011 г. — М. : Дом русского зарубежья им. А. Солженицына, 2011.
7. **Ковригин, И. К.** По поводу книги «Правда о переселенческом деле» (А. И. Комарова) / И. К. Ковригин. — Красноярск : Типо-литография М. Я. Кохановской, 1913.
8. **Комаров, А. И.** Правда о переселенческом деле / А. И. Комаров. — СПб. : Тип. Альтшулера, 1913.
9. **Кривошеин, К. А.** А. В. Кривошеин (1857–1921). Его значение в истории России начала XX века / К. А. Кривошеин. — Париж : б. и., 1973.
10. **Ленин, В. И.** Полн. собр. соч. / В. И. Ленин. Т. 23. — М.: Изд-во полит. лит-ры, 1973.
11. **Майнагашев, С. Д.** Нашествие землеустроителей / С. Д. Майнагашев // Сибирские вопросы. — № 18. — 1910. — С. 33–34.
12. **Пантелеев, В. И.** Столыпин ехал по Сибири: Исторические очерки и заметки / В. И. Пантелеев. — Красноярск : Красноярский писатель, 2003.
13. Переселение и землеустройство за Уралом в 1914 г. — Пг.: Типография А. Э. Коллинс, 1915.
14. **Сидельников, С. М.** Аграрная политика самодержавия в период империализма / С. М. Сидельников. — М. : Изд-во Моск. ун-та, 1980.

15. **Скляров, Л. Ф.** Переселение и землеустройство в Сибири в годы столыпинской аграрной реформы / Л. Ф. Скляров. — Л. : Изд-во Ленинградск. ун-та, 1962.

16. Столыпинская реформа и землеустроитель А. А. Кофод: Документы, переписка, мемуары. — М. : Русский путь, 2003.

17. **Тюкавкин, В. Г.** Великолукское крестьянство и столыпинская аграрная реформа / В. Г. Тюкавкин. — М. : Памятники исторической мысли, 2001.

УДК 1(091):111.822:165.62

А. Ю. Вязьмин

О двух основных различиях трансцендентализма Канта и Гуссерля

А. У. Vязmin

On the two main differences between Kant's and Husserl's transcendentalism

Аннотация. Статья посвящена вопросам различия моментов классической трансцендентальной философии Канта и трансцендентальной феноменологии Гуссерля. В качестве основных различий двух систем трансцендентализма приводится разность взглядов философов на характер данности феномена и трансцендентальный схематизм.

Ключевые слова: трансцендентализм, идеация, данность, эпистемология, категория, сущность.

Abstract. The paper deals with the issues of the difference between the classical transcendental philosophy of Kant and the transcendental phenomenology of Husserl. The main differences between the two systems of transcendentalism are the difference of philosophers' views on character of phenomenon' givenness and transcendental schematism.

Key words: transcendentalism, ideation, givenness, epistemology, category, essence.

После выхода в свет первой книги «Идей к чистой феноменологии и феноменологической философии» Гуссерль прочно связал свой проект

феноменологии с именами Декарта и Канта. Для его коллег-философов, многие из которых (например, феноменологи «мюнхенской школы») оставались на позициях реалистической феноменологии, это означало, что предложенное Гуссерлем смысловое поле *чистого сознания*, являющееся основанием для познания и практического действия, необходимо понимать в онтологических и теоретико-познавательных рамках трансцендентализма. Тем не менее то, что предложил Гуссерль, существенно отличалось от известного классического трансцендентализма Канта и современных Гуссерлю неокантианских взглядов, и на два таких отличия следовало бы указать.

Первое отличие заключается в вопросе о том, что следует понимать в качестве явления. Несмотря на то, что феноменология уже в самом своем названии имеет смысловую коннотацию с *явлением, явленностью, данностью, даванием*, определение «трансцендентальная» применительно к ней вовсе не означает, что Гуссерль следует Канту и предлагает понимать *данность (Gegebenheit)* и *давание (das Es-gibt)* в кантовских терминах двоякой гносеологической процедуры: явление как неопределенный предмет дано эмпирически в чувственном пространственно-временном представлении, а то, что сообщает ему определенность — понятие, — является результатом самодеятельности рассудка как способности суждения в его применении к представлению и воображению. Наоборот, процедура для вхождения в трансцендентальное познавательное пространство, предписанная Гуссерлем и известная как редукция, обращается к некоей первоначальной данности созерцания из первоисточника, к фундированной на «трансцендентальном факте» сущностной идеации, к усмотрению сущности, что, конечно, с одной стороны, делает больший акцент на очевидности *значения* феномена, который себя дает, с другой — привносит тотальную неопределенность в *es gibt*, которую можно даже назвать принудительной слепотой к различимости эмпирического и *apriori*. В. И. Молчанов об этом пишет даже так: «данность — это метафора. В феноменологии феномен определяется через данность, но данность не тематизируется. Говорится о том, что дано, как дано, но не говорится, что такое “дано”. Вопрос о данности так и не был поставлен в феноменологии» [3. С. 286].

Феноменологическую процедуру идеации Гуссерль описывает еще в «Логических исследованиях» (*LU II*). Текст *LU II* представляет собой ревизию логики по отношению к идеации, причем так или иначе

в *LU II* уже угадывается тенденция Гуссерля избавить логику от тех понятий, которые происходят из того предвзятого материала, что он впоследствии в «Идеях I» (*Id I*) назовёт «естественной установкой». Феноменологическая рефлексия над идеацией и схватываемой в идеации сущностью предполагает различие значения и предмета (ноэмагического ядра и ноэмы в терминологии *Id D*), а также динамическое совмещение сигнивативных и интуитивных актов сознания, при котором некоторую сущность, как пишет Гуссерль, «я снова нахожу [как] живую единицу идентификации и осознаю её как совмещение с самой собой и вместе с тем как отношение выражения к выраженному» [6. S. 625]. (В тексте *LU II* еще нет позднего специфического термина *Wesenserschauung* — усмотрения сущности.) Предполагается, что адекватно данная или очевидная сущность должна быть сущностным совпадением предметно усмотренной (*anschauende*) сущности с сущностью значения, тождественной самой себе и употребляемой в таковом качестве (в объеме своего понятия) в пределах конституируемой формальной предикативной логики. Иными словами, адекватная данность происходит в момент вариации множества *A*, принимаемого в качестве релевантного примера, когда предметную сущность какого-то созерцаемого множества, выраженного множеством *G(A)*, можно идентифицировать с сущностью значения — множеством *B(A)* — и при этом сущность значения должна иметь логическую тождественность с самой собой: $G(A) \text{ ident} \rightarrow (B(A) \equiv B(A))$. Идеация — это не идеализация, но своего рода всеобщий «опыт дескрипции» как опыт высокого порядка, в основе которого лежит интенция по отношению к всеобщему и единому. В данном значении гуссерлевский термин «опыт» не тождественен кантовскому.

Идеация фундирована в сущности значения *B(A)*, или иначе в эйдетической сущности, являющей нечто во всеобщем смысле *самотождественное*, что можно сравнить с *эйдосом в платоновском смысле*, т. е. как *нечто безотносительное* к всеобщему множеству вариантов предметной данности. Гуссерль предлагает рассматривать в определенных регионах сознания (бытия) целые формальные совокупности таких отношений *a priori* сущностей значения, которые «образуют идеально замкнутую совокупность общих предметов, для которых быть мыслимыми или выраженными — случайные обстоятельства» [2. С. 104]. К этому можно прибавить, что позже в *Id I* Гуссерль, подходя к трансцендентальному обоснованию идеации, предлагает различить два вида актов сознания,

направленных на выявление всеобщего: акты генерализации и акты формализации [1. С. 44], и если для первых актов характерно конституирование всеобщности родов сущностей значения, то для вторых — формальное обобщение, благодаря которому «любая формальная сущность наделена своим формальным или “*математическим*” объемом» [1. С. 45].

В поздний период «генетической феноменологии» Гуссерль подходит к теме идеации в контексте усмотрения допредикативных сущностей в работе «Опыт и суждение» (*EU*). Предложенное здесь основание для конституирования регионов сознания и их априорной сущностной взаимосвязи — это конституирование «подвижного» жизненного мира на трансцендентальном основании с прояснением определений и границ трансцендентальной субъективности как сущности конституирующей, но так же и конституируемой, поскольку она оказывается частью жизненного мира. Гуссерль пишет: «Говоря точнее, возврат к трансцендентальной субъективности, конституирующей этот предданный мир, исполняется на двух уровнях: 1) *в возврате от предданного мира со всеми его смыслопродуктами, с его наукой и научным определением — к первоисконному жизненному миру; 2) в ретроспективном вопрошании, [ведущем] от жизненного мира к субъективным операциям, из которых сам он происходит.* Ибо ведь и он не есть нечто просто предданное; он тоже — конструктор (*Gebilde*), о модусах конститутивного образования (*Bildung*) которого может быть поставлен вопрос» [5. S. 49]. Феноменологический метод в *EU* предлагает двигаться через демонтаж формальной логики к допредикативно усмотренным всеобщностям и от допредикативно усмотренных всеобщностей к всеобщностям, которые могут быть конституированы предикативно в пределах трансцендентальной логики.

В целом текст *EU* представляет собой иерархию последовательно эксплицируемых всеобщностей, выступающих в качестве основания конституирования сущностей. Применительно к теме настоящего доклада из них можно выделить следующие: 1) допредикативное всеобщее как основание предметной фактичности; 2) допредикативное всеобщее как основание опредмеченностей (*Vergegenständlichkeiten*) и предикативных высказываний. Эти всеобщности могут быть даны не только в их презумптивной достоверности, но и в аподиктической. Если в первых параграфах *EU* допредикативное основание предметной фактичности рассматривается Гуссерлем в презумптивной достоверности и именуется

ся «последним субстратом», неопределенным и неоформленным, который, оставаясь индивидуальным предметом, принадлежит смысловой трансценденции, то в § 29 *EU* Гуссерль предлагает нам аподиктическую достоверность допредикативно усмотренной предметной всеобщности: «Однако и она <целокупность-природы> (*All-Natur*) “постигается в опыте”, также и на нее — уже в силу того, что мы постигаем в опыте единичные тела, — мы можем самонаправиться (*unsrichten*) и можем и ее эксплицировать в ее особенностях, в которых обнаруживает себя ее бытие» [5. S. 157]. Что касается допредикативного всеобщего основания предикативных высказываний и опредмеченностей, то оно презумптивно достоверно обнаруживает себя как темпоральное поле пассивности, однако аподиктическая достоверность требует усмотрения чистой всеобщности, которая в свободной вариации исключает полагание бытия и, тем самым, обретается в регионе аподиктической необходимости.

Второе отличие связано с первым и касается трансцендентального схематизма Канта, который предписан *apriori*. Применение рассудка как способности суждения к способности воображения порождает, согласно Канту, систему категорий, которая используется в качестве гносеологического «трафарета». Категории у Канта обнаруживаются тем же самым логическим способом, какой был предложен еще Аристотелем: наивысшие роды возможных предикатов. Метод Гуссерля, состоящий в усмотрении сущности, наоборот избегает предикации (в т. ч. и возможной предикации) в усмотрении всеобщего. Предикация у Гуссерля имеет место в конституировании только тогда, когда достоверность сущности уже установлена. Всеобщие сущности, которые Гуссерль предлагает усматривать из «первоначально дающего источника» более напоминают платоновские «великие роды» (μέγιστα γένη) из «Софиста», которые в истории философии появляются как прообразы категориального аппарата.

Идеяция по Гуссерлю во многом напоминает неоплатонический проект. Согласно неоплатоникам, «ум» выступает содержанием и созерцателем эйдосов в их единой взаимосвязи в качестве парадигм. При этом то самое единство, которое обеспечивает парадигмальность эйдосов для содержащего и созерцающего их «ума», действует так же и в «душе», когда ἐννοήματα (энноэмы, «понятия» в переводе Л. Ю. Лукомского), будучи фантазиями об эйдосах, соединяются с «сущностными логосами» (νοήματα) и порождают «образы действительности» [4. С. 283].

Литература:

1. **Гуссерль, Э.** Идеи к чистой феноменологии и феноменологической философии. Кн. 1. Общее введение в чистую феноменологию / Э. Гуссерль. — М. : Дом интеллектуальной книги, 1999.
2. **Гуссерль, Э.** Логические исследования. Т. II. Исследования по феноменологии и теории познания (I) / Э. Гуссерль. — М. : Гнозис; Дом интеллектуальной книги, 2001.
3. **Молчанов, В. И.** Различение и опыт: феноменология неагрессивного сознания / В. И. Молчанов // Исследования по феноменологии сознания / В. И. Молчанов. М. : Территория будущего, 2007.
4. **Прокл.** Комментарий к «Пармениду» Платона. — СПб. : Мир, 2006.
5. **Husserl, E.** Erfahrung und Urteil. Untersuchungen zur Genealogie der Logik / E. Husserl. — Hamburg : Felix Meiner Verlag, 1972.
6. **Husserl, E.** Logische Untersuchungen. 2. Band. Untersuchungen zur Phänomenologie und Theorie der Erkenntnis. II. Teil / E. Husserl. Hamburg : Felix Meiner Verlag, 1992.

УДК 94(485)

А. Б. Гехт, О. С. Плешакова

**Из истории Фонда Кнута и Алисы Валленберг:
аспекты создания и деятельности**

А. В. Gekht, O. S. Pleshakova

**From the history of Knut and Alice Wallenberg Foundation:
aspects of its creation and work**

Аннотация. В статье рассматриваются основные аспекты создания и деятельности Фонда Кнута и Алисы Валленберг. Обозначается роль и значение семьи в создании фонда, выделяются ключевые результаты его деятельности и влияние на высшее образование и научную деятельность как в Швеции, так и во всем мире.

Ключевые слова: Швеция, фонд, Кнут Валленберг, Алиса Валленберг, образование, научные исследования, Петер Валленберг.

Abstract. This article considers the main aspects of the Knut and Alice Wallenberg Foundation's creation and work. It marks the Wallenbergs' importance and significance in establishing the foundation, its key outcomes and influence on higher education and scientific work both in Sweden and in the whole world.

Key words: Sweden, the foundation, Knut Wallenberg, Alice Wallenberg, education, scientific research, Peter Wallenberg.

В 2017 г. в Швеции торжественно отметили столетие с момента основания «Фонда Кнута и Алисы Валленберг», призванного поддерживать научные исследования и учебные программы, приносящие непосредственную пользу Швеции. Вот уже более века «Фонд Кнута и Алисы Валленберг» материально поддерживает научное сообщество в Швеции, в частности эта организация является одним из ключевых спонсоров ряда крупных учебных заведений (к примеру, Стокгольмской высшей школы экономики), выделяя субсидии на приобретение оборудования, лабораторных средств, а также выплачивает стипендии шведским научным работникам [6]. Масштаб и значение «Фонда Кнута и Алисы Валленберг» в научной и социально-экономической жизни не только Швеции, но и Европы в целом весьма велики, но, к сожалению, никак не отражены в отечественной историографии, и фактически эта организация впервые становится объектом профильного исследования. Собственно, основным предпосылкам, а также этапам создания и функционирования этого фонда и посвящена настоящая статья, призванная в числе прочего послужить заполнению лакуны в отечественной историографии.

Поскольку в названии организации фигурирует имя Кнута Агтона Валленберга, представляется целесообразным начать с краткой справки о нем. К. А. Валленберг (1853–1938) — крупнейший шведский предприниматель и финансист конца XIX – первой четверти XX вв., оставивший значительный след в экономической и социально-политической истории Швеции за счет активного участия в развитии финансового сектора страны и ее индустриализации. К. А. Валленберг стал наследником и продолжателем дела А. О. Валленберга [1], основателя «Стокгольмс Эншилльда банкен», финансового института, долгое время фактически определявшего экономическое развитие не только Швеции, но и скандинавского региона в целом. К. А. Валленбергу довелось стать министром иностранных дел Швеции в годы Первой ми-

ровой войны и во многом определять внешнеполитический курс этой страны, сумевшей остаться в стороне от столкновения великих держав. Фактически К. А. Валленберг является человеком, благодаря которому масштабная империя семьи Валленберг начала принимать свои современные формы, и в наши дни сохраняя свое значение как в Швеции, так и во многих странах за ее пределами [2].

Оставив летом 1917 г. пост министра иностранных дел, К. А. Валленберг совместно со своей супругой Алисой (в девичестве Никельсен) принял решение основать особый фонд, призванный распоряжаться частью их личных средств в благотворительных целях. По видению основателей, основной целью фонда была не только поддержка научных начинаний, но и содействие развитию торговли, лесного хозяйства, промышленности и другой коммерческой деятельности в Швеции. Эти цели были включены в первый устав Фонда, датированный 20 марта 1918 г., и оставались до тех пор, пока устав не был изменен 10 лет спустя, одновременно с новым законодательством [3]. С 1928 г. основной заявленной целью Фонда стало способствовать научным исследованиям и образованию.

В течение первых двух десятилетий истории нового фонда К. А. Валленберг продолжал управлять благотворительной деятельностью в основном самостоятельно, при поддержке своего младшего сводного брата Оскара [7]. Алиса Валленберг никогда не занимала должности в Совете директоров фонда, но на протяжении всей своей жизни принимала участие в его деятельности.

Рассуждая о деятельности «Фонда Кнута и Алисы Валленберг», необходимо отметить, что он занимает исключительно важное положение в рамках финансово-промышленной группы, подконтрольной семье Валленберг: именно фонду принадлежит инвестиционный холдинг “Investor”, владеющий, в свою очередь, пакетами акций почти всех активов Валленбергов, в том числе таких известных, как “Ericsson”, “Electrolux” и “Atlas Copco”. «Фонду Кнута и Алисы Валленберг» принадлежат и контрольные пакеты акций фирм Валленбергов, работающих в сфере высоких технологий, например в фармацевтической отрасли, коммерческой медицине, электронной промышленности, приборостроении.

Следует подчеркнуть, что представители семьи Валленберг всегда выделялись среди других не только шведских, но и европейских пред-

принимателей отличным знанием национального законодательства и международного права, в частности легальных способов минимизации налоговых выплат. В Швеции, так же как, впрочем, и во многих других развитых западных странах, законодательно разрешено создавать специальные фонды, ставящие перед собой задачу достижения общественных целей. Такие фонды освобождены от уплаты налогов на прибыль, но зачастую этим фондам шведскими законами разрешается заниматься коммерческой деятельностью [5]. Таким образом, очевидно причудливое сочетание выгоды от функционирования фонда — как для семьи Валленберг, так и для самой Швеции. Естественно, моральная сторона вопроса подобных способов уменьшения налоговой нагрузки на собственный бизнес остается весьма дискуссионной.

После кончины К. А. Валленберга деятельность «Фонда Кнута и Алисы Валленберг» не прервалась: напротив, в последующие десятилетия организация продолжала развиваться, выделяя 40–50 грантов в год на общую сумму около 20 млн шведских крон; суммарно же за столетие фонд предоставил научному сообществу почти 24 млрд шведских крон [3]. Постепенно расширялись связи фонда с университетами и академическими кругами. Координацией между деятельностью организации, шведскими научными исследованиями и сферой высшего образования занимается Научный комитет фонда, созданный в 1972 г. [3]. В состав комитета входят представители крупнейших исследовательских университетов Швеции и пяти королевских академий наук. Глава семьи Валленберг в 1980–1990-х гг. и многолетний руководитель фонда Петер Валленберг любил повторять, что «...фонд компьютеризировал шведские университеты» [4].

В руководстве «Фонда Кнута и Алисы Валленберг» всегда признавали важность сотрудничества между политиками, академическими кругами и промышленностью, благодаря чему эта организация смогла предоставить гранты таким программам, как *SciLifeLab* — ведущему в мире центру крупномасштабных исследований в Швеции и одной из крупнейших в Европе исследовательских лабораторий по молекулярной биологии с акцентом на исследованиях в области здравоохранения и окружающей среды, а также *Wallenberg Autonomous Systems and Software Program (WASP)* — программе, направленной на исследования в области искусственного интеллекта и автономных систем, действующих в сотрудничестве с людьми, и адаптирующихся к окружающей среде [7].

На данный момент в рамках деятельности фонда существует две программы для индивидуальных грантов, заявки на которые оцениваются в сотрудничестве со шведскими королевскими научными академиями. Они проводят отбор исследователей, которые получают грант, и в отличие от других организаций, «Фонд Кнута и Алисы Валленберг» не требует постоянной отчетности и не проводит постоянного мониторинга. Фонд контролирует бюджет проекта, но в то же время исследователь вправе распорядиться грантом по своему усмотрению в рамках его исследовательской сферы [6].

В будущем фонд также намерен продолжать принятую и в наши дни практику — отыскивать творческих людей среди иммигрантов. Чтобы противодействовать социальной изоляции среди вновь прибывших в Швецию, в 2016 г. руководство фонда инициировало рассчитанную на 10-летний срок программу под названием «Образование для улучшения интеграции». Финансирование включает гранты на летние школы, академические стажировки и интенсивные занятия по шведскому языку как иностранному. Программа осуществляется совместно с Королевской Шведской академией наук, Королевской Шведской академией инженерных наук, Шведской академией и другими некоммерческими организациями [6]. Несомненно, многолетняя деятельность «Фонда Кнута и Алисы Валленберг» способствует не только интернационализации высшего образования и научной деятельности, но и повышению успешности и результативности многопрофильных исследовательских изысканий в Швеции, результаты которых находят себе применение как в странах Северной Европы, так и в других регионах.

Литература:

1. **Гехт, А. Б.** А. О. Валленберг — основатель династии шведских банкиров / А. Б. Гехт // Вестник гуманитарного факультета СПбГУТ. — 2018. — № 10. — С. 84–92.
2. **Гехт, А. Б.** К. А. Валленберг. Жизнь и деятельность шведского банкира / А. Б. Гехт // Санкт-Петербург и страны Северной Европы: материалы 20-й ежегодной научной конференции (24–25 апреля 2018 г.) / под ред. В. Н. Барышникова, П. А. Кротова. СПб. : РХГА, 2019. — С. 53–61.
3. **Dahlberg, C.** Knut and Alice Wallenberg Foundation. 100 years in support of excellent Swedish research and education / C. Dahlberg, P. Hedenqvist, I. Sundström. — Gothenburg, 2017.

4. **Fagerfjäll, R.** Den förlorade sonens återkomst: Peter Wallenberg 1926–2015 / R. Fagerfjäll. — Stockholm : Ekerlids, 2017.

5. **Fagerfjäll, R.** Investor 100 years — To move from the old to what is about to come is the only tradition worth keeping / R. Fagerfjäll. — Max Strom, 2016.

6. Knut and Alice Wallenberg Foundation: [Electronic resource]. URL: <http://kaw.wallenberg.org/en/knut-and-alice-wallenberg-foundation-0>

7. **Ollson, O.** A Prince of Finance. K. A. Wallenberg 1853–1938 / O. Ollson. — Stockholm : Atlantis, 2007. P. 412–414.

УДК 94

А. Б. Гехт, К. Ю. Эйдемиллер

Саамы: на пути к формированию политической идентичности

А. В. Gekht, K. Y. Eidemiller

Saami: forward the creation of political identity

Аннотация. Статья посвящена проблеме саамов как коренного народа, проживающего в Норвегии, Финляндии, Швеции и на северо-западе России. Дается краткий исторический анализ становления национальной идентичности саамов. В контексте современного политического развития стран Северной Европы рассматривается административно-правовой статус саамов и развитие их национальной и культурной идентичности. Также обращается внимание на деятельность государственных и международных организаций по защите интересов саамов и поддержанию их этноса.

Ключевые слова: саамы, коренные народы, Норвегия, Финляндия, Швеция, Россия, Союз саамов.

Abstract. This article is devoted to the problem of the Saami as an indigenous people, represented in Norway, Finland, Sweden and in the north-west of Russia. Gives a brief historical analysis of the formation of the Sami national identity. In the context of the modern political development of the Nordic countries this article considers the administrative and legal status of the Saami and the development of their national and cultural identity. This article also draws attention to the activities of state and international organizations in protecting the interests of the Sami and maintaining their ethnic group.

Key words: Saami, indigenous peoples, Norway, Finland, Sweden, Russia, Saami Council.

Коренные народы как социальный феномен и научная проблема не случайно находятся в центре внимания научной общественности на протяжении длительного времени: постепенное исчезновение данных этносов, утрата языка, традиционной культуры и форм повседневной жизни является одним из вызовов, остро стоящих перед странами Северной Европы, в особенности перед их территориями, относящимся к Арктике и Баренцевому Евро-Арктическому региону. Применительно к странам Северной Европы под это определение явно попадают одни из самых уникальных и самобытных жителей Европы — саамы

Исторически сложилось так, что саамы представляют собой народ, дисперсно расселенный в Норвегии, Финляндии, Швеции и на северо-западе России (на Кольском полуострове). При этом на национальном уровне длительное время присутствовала тенденция рассматривать саамов как меньшинство в границах соответствующего государственного образования (вне контекста единого народа). Между тем, будучи в антропологическом отношении достаточно гетерогенными, саамы в последние десятилетия демонстрируют примеры этнической мобилизации и формирования общесаамской идентичности.

Жизнь, быт, обычаи, культура и язык саамов всегда были тесно связаны с традиционным хозяйствованием: оленеводством, рыболовством и охотой. Опыт сохранения культурной идентичности в непростых условиях политики ассимиляции и радикальной смены жизненного уклада (частичного отхода от полукочевого образа жизни) интересен как с точки зрения истории, так и с точки зрения права. Сохранение традиционного образа жизни и традиционного способа хозяйствования, существенно отличающихся от современных, является условием сохранения этноса саамов как такового.

В международной и российской правовой практике нет единого определения этнических меньшинств, которые в наши дни сохранили традиционный жизненный уклад, культуру и обычаи. Согласно конвенции МОТ «О коренных и племенных народах в независимых странах» № 169 от 1989 г., коренными признаны «народы, ведущие племенной образ жизни в независимых странах, социальные, культурные и экономические условия которых отличают их от других групп национального со-

общества и положение которых регулируется полностью или частично их собственными обычаями или традициями, или специальным законодательством». Особенность положения саамов состоит в том, что они являются одновременно и коренным народом, и этническим меньшинством. Именно такой социально-правовой статус саамов закреплен в законодательствах Норвегии, Финляндии и Швеции; в свою очередь Статья 21 Устава Мурманской области закрепляет за саамами статус «коренного малочисленного народа» [3]. Следует особо подчеркнуть, что в настоящее время саамы являются меньшинством не только по отношению к населению национальных государств, но и по отношению к населению территории их исконного проживания. Только в отдельных внутренних районах Норвегии и Финляндии саамы продолжают оставаться этническим большинством, тогда как в России и Швеции саамы являются меньшинством.

По свидетельствам этнографов, саамы вероятнее всего происходят от заселивших Фенноскандию в раннеолитическую эпоху (после ледяного щита) групп племен, родственных финно-угорским народам [5]. Примечательно, что саамы были известны античным историкам, упоминались на страницах их работ. Из Южной Финляндии и Карелии саамы мигрировали дальше на север, отступая перед быстро распространявшейся финской и карельской колонизацией этих земель; в течение I тыс. н. э. они постепенно вышли к побережью Северного Ледовитого океана, т. е. к территориям своего нынешнего проживания.

С наименованием саамов у соседей (“lappar/lapper” у скандинавов и «лопари» на территории современной России) связано происхождение названия региона Лапландия — традиционного пространства проживания значительной части последнего кочевого народа Европы. По разным подсчетам их общая численность составляет 70–90 тыс. человек.

Саамский язык принадлежит к прибалтийско-финской ветви финно-угорской языковой семьи, но занимает в ней особое место; исследователи выделяют две основные группы диалектов: западные (представлены в Норвегии, Швеции, части Финляндии) и восточные (существуют в России и части Финляндии). Взаимопонимание между носителями разных диалектов затруднено; примечательно, что, по мнению североамериканских лингвистов, не существует единого языка саамов, а имеются порядка 10 самостоятельных саамских языков. В Финляндии, как и в Норвегии, саамский язык был признан официальным лишь в 1992 г., в Швеции еще позже — в 1999 г. Традиционные верования саамов представляли

собой прежде всего промысловый культ — почитание различных духов, являющихся хозяевами различных традиционных промыслов или явлений природы, широко были представлены тотемизм и шаманизм. Современные саамы большей частью относятся к лютеранской ветви христианства; среди части саамского населения распространено православие.

Как и многие другие народы, долгое время сохранявшие традиционный уклад жизни, саамы столкнулись с экономической и культурной экспансией со стороны более развитых соседей. Освоение северных районов Скандинавии, Финляндии и России неизбежно меняло привычную им среду; примитивный для пришельцев с юга образ жизни коренного населения воспринимался как доказательство дикости и отсталости саамов, которых было необходимо приобщить к привычной европейцам цивилизованной жизни. К примеру, в Германии второй половины XIX — начала XX вв. особую известность получили выставки коллекционера и предпринимателя Карла Хагенбека, представлявшего вниманию публики не только экзотических животных, но и лапландских саамов, которые воспринимались как своего рода европейский аналог североамериканских индейцев [2]. На протяжении ряда лет деятельность основанного в 1922 г. в Швеции первого в мире Государственного института расовой биологии была направлена на научно обоснованное выставление представителей этого народа в максимально негативном свете.

Следует отметить, что в Швеции саамы в 1919–1937 гг. подвергались принудительному переселению, а в 1913–1971 гг. шведское правительство проводило сегрегационную политику в отношении саамских детей, обучение которых в ряде случаев проходило в отдельных школах [4]. Схожие явления в духе ограничений и стремления к ассимиляции можно найти в политике в отношении к саамам и в других странах Северной Европы. Сильный удар по традиционной жизни российских саамов был нанесен примерно в тот же период, в 1920–1930-е гг., когда началось промышленное освоение Кольского полуострова, дополненное насильственной коллективизацией. В результате саамы практически перестали заниматься своими привычными промыслами, а их традиционная культура, экономика и жизненный уклад оказались под угрозой уничтожения.

С 1950-х гг. в Норвегии, Финляндии и Швеции начался рост национального самосознания саамов: в 1956 г. появился Союз саамов, объединяющий общественные организации саамов этих трех стран. В 1973–1993 гг. в странах Северной Европы были созданы саамские парламен-

ты (в Финляндии — в 1973 г., в Норвегии — в 1987 г., в Швеции — в 1993 г.). Открытие представительных органов саамов знаменовало важный шаг в официальном признании их роли в социальной жизни и продемонстрировало изменение в этнополитических взаимоотношениях саамов и национальных государств. Постепенно стали проходить международные конференции по проблемам положения саамов в Северной Европе, а исследовательские работы, посвященные различным аспектам изучения прошлого и настоящего саамов, прочно вошли в международное научное и политическое пространство.

С 1984 г. общественные интересы российских саамов были представлены Ассоциацией кольских саамов; с 1992 г. саамы Российской Федерации присоединились к Союзу саамов. Для российских саамов в 1990-е гг. ориентация на международные контакты и перенесение основной массы коммуникации с позиции «этническая группа — государство» на позицию «этническая группа — этнополитическое образование, выходящее за пределы России» наряду с осознанием ценности саамского языка стали важнейшими факторами этнической мобилизации [1].

В эти годы, получая постоянные мощные импульсы извне, саамское этнополитическое движение в России направленно формирует и манифестирует концепт общесаамской идентичности, постепенно приведший к фактическим результатам: 11—12 декабря 2010 г. II съезд саамов Мурманской области утвердил временный представительный орган саамского народа — Саамский парламент, не обладающий законодательной инициативой. 22 ноября 2014 г. в селе Ловозеро Мурманской состоялся III Съезд российских саамов, в котором приняли участие 65 делегатов от саамских организаций, общественных объединений и общин. На съезде было принято решение о создании «Союза российских саамов», который был призван объединить все саамские организации России.

Цель культурно-политической организации Союза саамов состоит в защите их интересов как единого народа. С 1970-х гг. началась активная деятельность этой организации по вопросам коренных народов на мировом уровне. В 1975 г. Союз саамов стал членом Ассоциации коренных народов мира (World Council of Indigenous Peoples, WCIP), представляющей народы, которые исконно живут на своих территориях, но не имеют права принимать решения о своих территориях или правах.

В конце 1980-х гг. Союз саамов получил статус неправительственной организации в ООН, где участвовал в разработке Декларации ООН

по коренным народам. В учрежденном в 1996 г. в Оттаве Арктическом совете три ассоциации коренных народов — Союз саамов, Ассоциация инуитов и Ассоциация малочисленных народов Российского Севера — имеют статус постоянного участника.

Безусловно, международная деятельность Союза саамов оказала значительное влияние на принятие законов в их пользу во всех странах, где проживают представители этого народа. За десятилетия, прошедшие с момента появления первых форм органов самоорганизации и представления саамского народа, ему удалось укрепить свой статус как в составе целого ряда европейских государств, так и на международной арене. Прикладываются немалые усилия для сохранения и поддержания культуры и образа жизни саамов, развития их языков. Однако рассуждать о перспективах развития трансграничного движения саамов непросто. С одной стороны, уже достигнутые результаты позволяют большинству сообществ саамов комфортно ощущать себя в составе государств, с другой — климатические изменения и перспективы разработки различных полезных ископаемых в регионах проживания саамов могут способствовать появлению устремлений к изменению существующего территориально-политического устройства их жизни, в том числе под влиянием государств, заинтересованных в своем присутствии в Арктике.

Литература:

1. **Куропятник, М. С.** Саамы: современные тенденции этносоциального и правового развития / М. С. Куропятник, А. И. Куропятник // Журнал социологии и социальной антропологии. — 1999. — Т. II. — Вып. 4.
2. **Glenn, H.** Objects of Culture Ethnology and Ethnographic Museums in Imperial Germany / H. Glenn. — University of North Carolina Press, 2002. — P. 34–35.
3. **Henriksen, C.** Indigenous peoples and industry. Complex co-existence in the Barents Euro-Arctic Region / C. Henriksen // Talking Barents. People, borders and regional cooperation. — Kirkeness: Norwegian Barents Secretariat, 2010. — P. 97–112.
4. **Kvist, R.** The Racist Legacy in Modern Swedish Sami Policy / R. Kvist // Canadian Journal of Native Studies. — 1994. — Vol. 14. — No. 2.
5. **Ruong, I.** Samerna i historien och nutiden / I. Ruong. — Stockholm : BonnierFakta, 2008. — S. 13–14.

Критика антиисторизма: синергетический анализ

М. R. Zobova, A. F. Rodukov

The criticism of anti-historicism: synergistic analysis

Аннотация. В статье дан критический анализ антиисторизма, характерный для целого ряда современных иррациональных школ философии (позитивизм, философия жизни, экзистенциализм, феноменология, прагматизм и др.) Антиисторизму противостоит как классическая диалектика, так и синергетический историзм. С антиисторических позиций утрачивается само представление о смысле истории.

Ключевые слова: историзм, антиисторизм, диалектика, синергетический историзм, иррационализм, суперотбор, тезаурус, детектор, селектор, суператтрактор.

Abstract. The article gives critical analysis of anti-historicism which characterizes a number of modern irrational schools of philosophy (positivism, life philosophy, existentialism, phenomenology, pragmatism, etc.) Both classical dialectics and synergetic historicism confront to anti-historicism. The idea of meaning of history itself is lost from anti-historicism positions.

Key words: historicism, anti-historicism, dialectics, synergetic historicism, irrationalism, super-selection, thesaurus, detector, selector, super-attractor.

Философия истории и теоретическая история, построенные на новой методологической основе, способны определить конкретные границы предмета познания, где исторические (научные) факты обретают место в общей картине, а мировая история обретает смысл. Успехи теории систем, кибернетики, неравновесной термодинамики, синергетики, эволюционизма, социальной синергетики положили начало процессам объединения эволюционных концепций под эгидой единой методологии междисциплинарных исследований, опирающейся на принципы эволюционизма. На этой основе стало возможным объяснить и объединить ряд универсальных характеристик природных и социальных систем, таких как открытость, неравновесность, необратимость, структурная устойчивость, стохастичность, направленность (вектор) их изменений. Задача

же состоит в том, как подчинить данные характеристики принципу эволюционизма. Так, например, основным звеном здесь может стать вопрос: как возможен суперотбор (отбор факторов отбора) как механизм эволюции? — главная, по нашему мнению, проблема неклассического эволюционизма (Э. Янч, В. П. Бранский).

Основной особенностью гносеологии ряда представителей неклассической философии (иррационализм, позитивизм, философия жизни, феноменология, прагматизм) было то, что они, скорее, ориентировались на познание многообразных феноменов, данных человеку в его чувственном и интеллектуальном опыте, чем на поиски объективной сущности процессов исторического развития. Возникли способы философствования, сходные с софистикой — феноменализм, субъективизм, интуитивизм, прагматизм, экзистенциализм, деконструктивизм. Согласно им, мир держится не на собственных законах, а на отношении с человеком. Главной сделалась проблема поиска методов исследования, адекватных не столько объекту, сколько желаниям, намерениям, идеалам субъекта («человек есть мера всех вещей»). Философ и историк уподобились ловцам, которые с помощью некоей «методологической сети» вылавливают лишь то, что соответствует их умозрительной установке, а именно то, что называется феноменом. Так, история, по мнению М. Фуко, характеризуется многократным переосмыслением одних и тех же событий. Рассматривая историю как «археологию вещей», Фуко интересуется, прежде всего, внутренним «законом вещей», выраженным в процессах воспроизводства структур. Замысел «археологии», пишет Фуко, не есть изначальный смысл мира, а всего лишь первичное отображение «кода культуры» в «чистом опыте порядка и его модусов бытия» [5. С. 12]. Целый ряд философов (Фуко, Сартр, Хайдеггер, Гуссерль и др.), прежде чем приступить к исследованию, решали проблему реальности. В противоположность им еще Гегель развил исторический взгляд на вещи. Вся история, по Гегелю, потенциально содержится в мировом духе, но реализуется лишь через противоречивые действия людей, побуждаемых идеями, страстями и потребностями. Преследуя частные интересы, просящая волю, человек становится конкретным историческим индивидом, создающим исторический фон, богатый событиями, в рамках которого разворачивается логика саморазвития мирового духа.

Если в гегелевском историцизме (используем термин, введенный К. Поппером) каждый новый этап развития диалектических понятий

является истиной предыдущего, «природа должна быть рассмотрена как система ступеней, каждая из которых необходимо вытекает из другой и является ближайшей истиной той, из которой она проистекала...» [1. С. 33]. В феноменологической концепции истории этого нет, поскольку не акцентирована проблема реальности. Отсюда понятие истины, которое должно быть соотнесено с понятием реальности, а, следовательно, и с понятием закона, в некоторых философских системах интерпретируется как результат социальных коммуникаций, соглашений: «Истина по своей природе — продукт социального действия» [2. С. 23]. Имеется в виду множественность истин, из которых, правда, весьма трудно создать полную истину предмета. Это означает множественность «конечных» истин о данном предмете, поскольку субъектов высказывания множество, а, скажем, не один-единственный всеобщий субъект (мировой разум), как у Гегеля, способный достичь абсолютной истины. Феномены признаются самоценными, самостоятельными, но в то же время остаются относительными, «непрозрачными». Проблема реальности так и остается нерешенной. Эта трудность и нерешенность, с одной стороны, есть результат разрыва с научной методологией, а с другой стороны, есть следствие непримиримости с материалистической позицией, с марксистской трактовкой проблемы истины, где присутствует единство абсолютной и относительной истины и существует понятие объективной реальности.

Известно, что повторяемость того или иного явления в эксперименте — это критерий, подтверждающий реальность существования явления. Вопреки антиисторизму Поппера, историзм, берущий начало от Гегеля и Маркса с их диалектическим методом постижения истории, не так уж безнадежен и, более того, весьма продуктивен, поскольку «учится на собственных ошибках». А главный залог его успехов — тесное взаимодействие с наукой. Диалектический (исторический) разум и синергетическая философия истории (В. П. Бранский) уверены в исторической необходимости, поскольку считают, что существует вектор исторического развития общества и объективный аналог того, что придает мировой истории высший смысл («суператтрактор»).

Синергетический подход открывает в историческом развитии нелинейные закономерности, акцентируя внимание на критических точках развития (бифуркационных точках), где осуществляется отбор возможностей дальнейшей эволюции и формируется глобальный эво-

люционный вектор. Так, в одной из точек бифуркации мы наблюдаем определенный выбор одного из множества возможных путей развития системы, выводящий ее на аттрактор, который, в свою очередь, определяет новый набор возможностей (тезаурус) и новый детектор (сложную систему условий, определяющую отбор и реализацию новой эволюционной возможности) уже в следующей точке бифуркации. «Выбор, который индивидуум осуществляет в точке А, влияет на характер будущих возможностей для новых актов выбора» [4. С. 120]. Мы можем влиять на исторический процесс путем формирования определенных условий, ограничивающих и направляющих «работу» детектора. Важнейшим из таких условий является принцип устойчивости (селектор, по В. П. Бранскому), которым «руководствуется» процесс отбора, — это один из способов «ответа» на «вызов времени». «Ответ» социальной системы выражен, как правило, в ее «потребностях», которые формируют (в виде культурных памятников, корпуса знаний, идеалов, образцов морали и искусства) направление развития, которое и выступает как выше означенный принцип отбора (селектор). Как фактор информационной природы селектор представляет собой набор образцов структур, наиболее устойчивых в том или ином наборе условий. Селектор реализуется через самоорганизацию, т. е. через последовательность взаимодействий внутри системы, оказавшихся наиболее жизнеспособными в период флуктуаций (пертурбаций). «Неудачные выборы» элиминируются (устраняются) отбором, а «удачные» (оставшиеся результаты) сохраняют в памяти системы значение «принципа устойчивости». В социуме он приобретает форму идеала, образца, руководящего принципа действия, созданного на основе «удачных» способов жизнедеятельности в ту или иную историческую эпоху.

Центральное положение в синергетической эссенциологии занимает понятие отбора (механизма сборки). Отличия социального отбора от дарвиновской теории биологического отбора, описанного в синергетической парадигме, заключаются в следующем: 1) выбор из множества не действительных элементов, а возможных в данной системе структур; 2) выбор с помощью не только конкуренции, но и кооперации (у Дарвина акцент сделан именно на конкуренции — «борьба за существование») [4. С. 25]. Социальный отбор с его тремя факторами (тезаурусом, детектором и селектором) составляет основное содержание эссенциологии. Концепция факторов социального отбора, представ-

ленная В. П. Бранским [4. С. 24–26] обладает несомненными достоинствами. Во-первых, налицо преемственность с рядом «диалектических моделей» (прежде всего, Гегеля и Маркса). Во-вторых, творческое заимствование теории естественного отбора. В-третьих, осуществлен не простой перенос закономерностей физической синергетики на предмет социальной эволюции, а с учетом качественного своеобразия социальных детерминаций. Самоорганизация экономической жизни «добывающих» стран определяется социальным отбором, где факторами отбора выступают тезаурус — набор вариантов экспорта нефти, детектор — конкуренция на мировом рынке нефти и селектор — кривая цен на сырье, прежде всего на нефть.

Существует предел сложности социокультурных систем, который получил в концепции синергетического историзма название суператтрактора. Движение к нему социокультурных систем осуществляется посредством социального отбора — механизма самоорганизации.

Благодаря действию суперотбора, социальная самоорганизация в своем движении к суператтрактору приобретает асимптотический характер, при этом возникает возможность обогнать ускоренное нарастание глобальных проблем. Это стремление сопровождается бесконечной чередой преодолений существующих социальных противоречий. И, хотя разрешение одних противоречий приводит к новым противоречиям, суперотбор («извлечение уроков») порождает тенденцию к минимизации вновь возникающих противоречий. «Полный синтез порядка и хаоса, при котором пропадает всякое различие между ними, означает возникновение диссипативной структуры, устойчивой по отношению к любым модификациям внешней среды, другими словами, устойчивой относительно абсолютного хаоса» [4. С. 121].

Смысл истории в научном аспекте опирается на эволюционную теорию, на социоантропогенез, на социальную самоорганизацию, механизмом которой является социальный отбор и особенно суперотбор, определяющий направленность, глобальный эволюционный вектор, а именно, суператтрактор.

Антиисторизм постструктурализма и деконструктивизма, рассматривающих культуру как совокупность тем или иным образом структурированных текстов, выражается в превращении мировой истории в контекст на фоне воспроизводства структуры социума — тоже текста (нарративов и метанарративов, т. е. больших повествований). Язык

становится «свободной игрой знаков», бесконечным процессом «прививания одних текстов другим». Возникают новые возможности «быть в истории», «быть над и вне истории» и «быть историей». Подобную анонимность и всеобщность определяет теперь Интернет. Однако поощряемая новой современной реальностью «свободная игра смыслов» оборачивается, как замечает Е. М. Сергейчик, предельной субъективизацией интеллектуального творческого процесса, граничащей с безответственностью, отрывом от социальной практики и исторического контекста [З. С. 496].

Цель «археологии знания» в том, чтобы не сводить специфику отдельных культурных периодов к общей идее или «духу эпохи». Областью соизмерения различных культурных продуктов является сфера речи, дискурса. Но очевидно, что нельзя сводить исторические закономерности (тенденции), имеющие объективный характер, к интерпретационной (текстовой) игре. Сколько бы ни было толкований исторических событий, сущностное их содержание выражается в объективных закономерностях (тенденциях). Другое дело, что эти тенденции зависят от выбора людей, участвующих в историческом процессе, от их интерпретационной игры.

Серьезной проблемой, вставшей перед философией и наукой на рубеже XX–XIX вв., стало размывание языковых границ между наукой и философией, с одной стороны, и не-наукой, с другой. Обнаружилась нарастающая экспансия обыденного языка, который стал рассматриваться как естественная среда обитания людей, как носитель общих смыслов, доступных научному исследованию. Происходит слияние философской публицистики с философией, а фактически, выхолащивание философии, размывание ее границ (Ж. Даррида).

Теоретическая история сегодня необходима. Но это не «Общая Теория Всего», о чем мечтал герой С. Лема. Ее невозможность теперь вполне очевидна. Философия истории и теоретическая история не должны пытаться прояснить неопределенность прошлого или будущего с точки зрения общей единой теории или на основе системы умозрительных принципов. Опыт исторической науки показывает, что так можно потерять связь с реальностью. Но следует определить ориентиры, конкретные границы познания, узловые пункты истории, в сопоставлении с которыми исторические факты получали бы свое место в общей картине, а стало быть, и смысл.

Литература:

1. **Гегель, Г. В. Ф.** Энциклопедия философских наук. Т. 2. Философия природы / Г. В. Ф. Гегель. — М. : Мысль, 1975.
2. **Кассирер, Э.** Опыт о человеке: Введение в философию человеческой культуры/ Э. Кассирер // Проблема человека в западной философии / сост. и послесл. П. С. Гуревича; общ. ред. Ю. Н. Попова. — М. : Прогресс, 1988. С. 3–30.
3. **Сергейчик, Е. М.** Философия истории / Е. М. Сергейчик. — СПб.: Лань, 2002.
4. Синергетическая философия истории / под ред. В. П. Бранского и С. Д. Пожарского. — Рязань : Копи-Принт, 2009.
5. **Фуко, М.** Слова и вещи. Археология гуманитарных наук / М. Фуко. — СПб. : Academia, 1994.

УДК 94(47).084

В. С. Измозик

О способах связи белогвардейских войск Северо-Запада с антисоветским подпольем в Петрограде. 1919 год

V. S. Izmozik

About communication methods of the White Guard troops of the North-West with the anti-Soviet underground in Petrograd. 1919 year

Аннотация. В статье рассматриваются способы связи между командованием белогвардейских вооруженных формирований на Северо-Западе России и подпольными антисоветскими организациями в Петрограде в 1919 г. в обстановке Гражданской войны.

Ключевые слова: П. Дюкс, Ю. П. Герман, Н. Э. Рейтер, курьеры, катера, радио.

Abstract. The article discusses ways of communication between the command of the White Guard armed formations in the North-West of Russia and

the underground anti-Soviet organizations in Petrograd in 1919 in the context of the Civil War.

Key words: P. Dyuks, Yu. P. German, N. E. Reuters, couriers, boats, radio.

В ситуации Гражданской войны различные политические силы создавали свои вооруженные формирования. В октябре 1918 г. при содействии немецких властей был сформирован Псковский добровольческий корпус. В последующие месяцы, после поражения Четверного союза, его руководители переориентировались на страны Антанты. 19 июня 1919 г. на базе корпуса была создана Северная армия, 1 июля переименованная в Северо-Западную. С 1 июня корпус и армию возглавил генерал-майор А. П. Родзянко. 10 июня 1919 г. А. В. Колчак назначил генерала от инфантерии Н. Н. Юденича Главнокомандующим всеми вооруженными силами, действующими против большевиков на Северо-Западном фронте. Со 2 октября Н. Н. Юденич стал одновременно командующим Северо-Западной армией. Корпус и армия провели две Петроградские операции — весенне-летнюю (май–июнь) и осенне-зимнюю (октябрь–ноябрь). В этот период они пользовались поддержкой английской эскадры. Командование корпуса и армии нуждалось в получении достоверной информации о положении в Петрограде, о расположении и составе красных частей.

Эти сведения предоставляло антисоветское подполье. В 1919 г. наиболее обширной и действенной была сеть, которой с конца ноября 1918 г. руководил английский разведчик Пол Дюкс, а после его ухода за линию фронта 30 августа 1919 г. действия отдельных групп координировал полковник белой армии Ю. П. Герман. Главной задачей организации до октября 1919 г. был сбор и передача информации, а с началом осеннего наступления Юденича — подготовка вооруженного выступления в момент выхода белых на линию Обводного канала. Естественно, что все это требовало регулярной связи белой армии и петроградского подполья. Сводки за рубеж отправлялись один-два раза в неделю. Связь осуществлялась несколькими основными путями:

1. Переход линии фронта или границы с Финляндией. 23 мая 1918 г. Финляндия закрыла границу с Советской Россией в районе Белоострова. Линия границы на Карельском перешейке проходила (с юга на север) от Финского залива по руслу реки Сестры до ее истока и далее до Ладожского озера через такие населенные пункты, как Белоостров

(направление на Сестрорецк), Гарболово и Васкелово (направление на Выборг), т. е. примерно в 32–35 км от Петрограда. Хотя по линии границы была размещена пограничная охрана, в том числе зимой на льду Финского залива, но из-за недостатка сил и реального положения дел на границе хватало «окоп» для ее пересечения. Этим, естественно, пользовались не только контрабандисты и люди, стремившиеся покинуть «государство рабочих и крестьян», но и агенты спецслужб с обеих сторон. Курьеры зимой шли на лыжах через Сестрорецк и далее по льду залива, в остальное время года — через сухопутную границу [2. Л. 151–153об.]. Курьерские обязанности исполняли Антонов, Домский (Грабовский), братья А. Н. и К. Н. Елизаровы, В. И. Ивановский, Пиотровский, Козлов, И. Д. Покровский, К. М. Реншильд-Паулин, братья Сергей и Алексей Сапожниковы, П. П. Соколов [4. С. 364–365; 7. Л. 2об.]. Например, А. Н. Елизаров в конце февраля – начале марта 1919 г. вернулся в Петроград с помощью финского проводника через Выборг — Териоки — деревню Ино и Толбухин маяк — в деревню Большая Ижора за 3 тыс. финских марок [2. Л. 156об.].

Примером сообщения, доставленного в штаб Н. Н. Юденича 29 или 30 октября, является письмо И. Р. Кюрца: «Ваше Высокопревосходительство, последнее собрание было у нас 29 окт.[ября] — присутствовали: полк.[овник] [В. Э.] Линдеквист, адм.[ирал] [М. К.] Бахирев, кавторанг [Л. В.] Сахаров, лейт.[енант] [В. М.] Смирнов, кавторанг [М. А.] Злобин, шт.[абс]-кап.[итан] [А. И.] Лодыженский (который заменяет [В. И.] Карпова в моей работе)...; кроме того был представитель Франции, называющий себя полк.[овником] Бажашеню [Э. Бажо]. Было принято предложение адм.[ирала] [М. К.] Бахирева захватить все морские силы, находящиеся на Неве, для чего у нас хватает сил. Принято также мое предложение о плане наших действий за несколько часов до Вашего вступления в город. Несколько групп хулиганов начнут беспорядок под видом еврейского погрома; их задача — убить двадцать три еврея, которые играли очень вредную для нас роль в сов.[етском] правительстве; ... одновременно с погромом будет произведен захват некоторых учреждений, что вызовет присылку войск из города. В это время Ваши войска должны войти в город. Настоящие силы наши здесь, не считая моих хулиганов, достигают до шестисот человек, но я глубоко убежден, что при малом даже успехе число это, в течение нескольких часов, увеличится в 6–7 раз. Могу сказать определенно, что 85% из командного состава

Красной армии присоединится к нам и увлечет с собою свои части. ... По последним сведениям подлодка “Тигр” вышла в море, готовится еще “Пантера”. Миноносец “Азард” получил пробоину в 2 кв. фута [61 кв. см] от бомбы с аэроплана и будет готов через 2 дня. Миноносцы “Гарибальди” (Ильин) и “Изылметьев” готовы к выходу. Всех матросов с фронта Троцкий приказал снять из-за наличия брожения среди них. Здесь же среди матросов ведется агитация; просим усилить прокламациями. Стык 5-ой дивизии и красногорских частей приходится в Усть-Зыбице, Тамменгоф, Новые Кузнецы, Ораниенбаум. Для взятия Гатчины войска усилены ударными группами [С. И.] Одинцова, Ершова и [С. Д.] Харламова. На фронте у Петрограда 29 тыс. штыков, в Петрограде 6 тыс., на Карельском участке 4 тысячи. ... На Карельском участке все железные дороги и мосты попорчены, так что подъезд бронепоездов и артиллерии невозможен. Находящийся там Тульский полк очень неустойчив — при первом натиске побежит. По большев.[истским] сведениям на Красной Горке могут действовать 6 орудий. Заместителю Карпова Лодыженскому поручен взрыв мостов, которые указаны; нам не хватает пироксилину; надеюсь его получить с помощью вышеупомянутого профессора частным образом. Желал бы очень, чтобы обратно был послан курьером [К. М.] Паулин, которого считаю самым лучшим и исполнительным. Желательно, чтобы Вы предупредили нас за сорок восемь часов, минимум за тридцать шесть о вступлении белых в город. Я хотел бы, чтобы Вы указали шифр, которым надлежит пользоваться для сообщения с Вами. ... Представитель Франции полковник Б.[ажо] просит меня передать прилагаемую к сему бумагу генералу [А. В.] Владимирову.

Только что принял доклад от прибывшего курьера Козлова, и на основании его доклада позволяю себе писать Вашему Высокопревосходительству несколько слов, касающихся моих друзей и бывших сотрудников в Петрограде, а именно начальника 4-го дивизиона [А. И.] Карпова и комиссара этого дивизиона Зауэра; этот дивизион перешел к белым у Павловска. ... Прошу обратить Ваше внимание на них и не допустить за их длительную и весьма полезную работу здесь, столь несправедливого вознаграждения, каковое по донесению курьера Козлова предполагал сделать генерал [Д. Р.] В.[етренко], командир 3-го дивизиона [дивизии], а именно, посадить Карпова в тюрьму на десять дней, за то что последний, согласно моей просьбе, отправился к Вам с докладом без его генер.[ала] В.[етренко], на то разрешения. Карпов так поступил

по моей просьбе, и, если он виноват, то пусть вся вина падает на меня. Повторяю, что благодаря Карпову и Зауэру наши курьеры могли жить в безопасности в Петрограде, а также с их только помощью возможно было поддерживать курьерскую связь с Вами. Кроме того, многие из моих сотрудников могли выполнять возложенные на них поручения единственно потому, что были снабжены документами доставленными ими же. ... Имею возможность отправлять курьеров очень быстрым путем на участке Выборгское шоссе до Белоострова... Кроме этого, даю устные сообщения курьеру Козлову для передачи Вам. Илья Романович И. К. К.» [1. Л. 19–22В].

2. Водный путь. По мнению одного из руководителей организации, командира воздушного дивизиона в Ораниенбауме Б. П. Берга, катера только с конца июня по начало октября совершили не менее 20 рейсов [2. Л. 13об.]. Командир английского катера № 24 Непир, взятый в плен при атаке на Кронштадт в ночь с 17 на 18 августа 1919 г., показал, что примерно раз в неделю английский катер ходил в устье Невы на встречу с русской лодкой [3. Л. 61]. Британский коммодор А. Эгар впоследствии говорил о роли П. Дюкса: «Он представлял собою тот центр, откуда я черпал свои важнейшие информации вплоть до нападения на Кронштадт 17 августа» [8. С. 108].

3. Радиосвязь. Ее осуществлял начальник радиостанции Балтийского флота в «Новой Голландии» мичман Н. Э. Рейтер. Радиостанция «Новая Голландия» являлась главной радиостанцией Службы связи Балтийского флота, выполняя работу и для военно-сухопутных сил на основе соглашения Морского и Военного ведомств от 9 октября 1918 г. Радиостанция также принимала телеграммы радиостанций белых и европейских станций и передавала ежедневно радиосводки на русском и иностранных языках в Наркомат иностранных дел. 3 мая 1919 г. Реввоенсовет Балтийского флота распорядился ежедневно все принятые телеграммы противника оперативного характера направлять в Петроградское разведывательное бюро Морского отделения Регистрационного [Разведывательного] Управления Полевого штаба Реввоенсовета Республики.[6. Л. 6, 10, 43]. Н. Э. Рейтер предложил использовать радиостанцию для связи с французским разведцентром в Финляндии и штабом Юденича в Нарве. Вместе с помощником инспектора ПВО по артиллерии Г. И. Лебедевым он разработал два шифра. Но удалось провести всего три сеанса связи [5. С. 148]. Думается, что с этим свя-

заны настойчивые попытки Н. Э. Рейтера попасть на учебу в радиотелеграфные классы хотя бы вольнослушателем. Это, может быть, дало бы ему возможность непосредственно связываться с радиостанциями Юденича. Впервые он подал такой рапорт 28 сентября 1918 г. и получил принципиальное согласие начальника Службы связи Балтийского флота и комиссара военно-морских учебных заведений иметь эту просьбу в виду при образовании классов. Вторично Н. Э. Рейтер повторил эту попытку 15 января 1919 г. Получил согласие начальника Службы связи Балтийского флота, но отказ за подписями начальника Штаба флота А. В. Домбровского, комиссара Штаба флота и главного радиотелеграфиста флота [6. Л. 1–2об.]. Один из пунктов связи, обслуживавший группу И. Р. Кюрца, был оборудован в лесу на берегу Ладожского озера [5. С. 123, 126–127].

Таким образом, при отдельных провалах курьеров при переходе линии фронта и через границу войскам белых и антисоветскому подполью в Петрограде в целом удавалось поддерживать регулярную связь.

Литература:

1. Архив Гуверовского института войны, революции и мира Стэнфордского университета. Коллекция Н.Н. Юденича. Коробка 18. Д. III.
2. Архив Управления ФСБ по Санкт-Петербургу и Ленинградской области. Д. 9964. Т. 4. Л. 13 об.
3. Архив Управления ФСБ по Санкт-Петербургу и Ленинградской области. Д. 9964. Т. 6.
4. **Кутузов, В. А.** Чекисты Петрограда: На страже революции / В. А. Кутузов, В. Ф. Лепетюхин, В. Ф. Седов и др. — Л., 1987.
5. **Кутузов, В. А.** Чекисты Петрограда: На страже революции / В. А. Кутузов, В. Ф. Лепетюхин, В. Ф. Седов и др. — Т. 2. — Л., 1989.
6. Российский государственный архив военно-морского флота. Ф. Р-59. Оп. 1. Д. 1.
7. Центральный государственный архив историко-политических документов Санкт-Петербурга. Ф. 1. Д. 1038.
8. **Эгар, А. В. С.** Операции английского флота на Балтике в Гражданскую войну / А. В. С. Эгар // Морской сборник. — 1929. — № 1.

**Партийные и государственные органы власти
в СССР в 1960–1980-е годы: структура
и коммуникативные практики
(на материалах областей Верхневолжья)¹**

M. S. Kishchenkov

**Party and state authorities in the USSR in the 1960s-1980s:
structure and communicative practices (on the materials
of the upper Volga regions)**

Аннотация. Период правления Л. И. Брежнева характеризуется стабильностью политической сферы и решающей ролью партийных органов. Формально высшими органами власти были Советы, но в реальности функции управления принадлежали партийным и государственным органам власти. Представляется интересным рассмотреть как внутреннюю структуру органов власти, так и их коммуникативные и информационные практики. Исследование основано на материалах областей Верхневолжья.

Ключевые слова: партийные власти, государственные власти, коммуникация, внутренняя структура, Верхневолжье.

Abstract. The period of Brezhnev's rule is characterized by the stability of the political sphere and the decisive role of party organs. Formally, the highest authorities were the Soviets, but in reality the functions of governance belonged to the party and state authorities. It is interesting to consider both the internal structure of the authorities and their communication and information practices. The study is based on the materials of the upper Volga regions.

Key words: party authorities, state authorities, communication, internal structure, upper Volga region.

Период с середины 1960-х – до середины 1980-х годов принято считать одним из наиболее стабильных в истории советского государства.

¹ Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 18-39-00068 «Советские региональные элиты и их взаимодействие с центром в 1950–1980-е гг.: в архивных документах и исторической памяти».

Время правления Л. И. Брежнева характеризуется как направленное на консервацию существующего строя, сохранение монополии партийных органов во всех сферах жизни, поддержание советской идеологии и отказ от каких-либо экспериментов в социально-экономической и политической жизни, характерных для времени нахождения у власти Н. С. Хрущева.

С другой стороны, была заключена своего рода негласная сделка между властной номенклатурой и советским обществом. Ее суть состояла в том, что «государство обеспечивало населению социальную безопасность и определенный уровень благосостояния, а также закрывало глаза на личное хозяйство колхозников, «теневую экономику» и низкую производительность труда» [5]. Это позволяло обществу и власти взаимодействовать друг с другом, идти на взаимные уступки, в тоже время, когда вопрос касался идеологических основ советского строя, государство не шло на компромиссы, подавляя все возможные антисоветские выступления. Тем не менее в условиях постепенного роста благосостояния советского народа, повышения уровня жизни данная политика оказалась сравнительно успешной и позволила советской власти сохранить существующую систему до середины 1980-х годов.

Важным аспектом изучения периода «Застоя» является восприятие проводимого властями курса на региональном уровне и его влияние на жизнь провинции. Данное направление исследований весьма перспективно и пока еще мало изучено. Представляется интересным анализ функционирования власти и ее особенностей, в том числе коммуникационных процессов как внутри властных органов, так и с населением, на региональном уровне.

В провинции власть была представлена несколькими субъектами, находившимися в тесном взаимодействии между собой. Основным источником власти являлся региональный обком КПСС. Он непосредственно выступал проводником политики центральных властей, контролировал социально-экономическую и политическую жизнь вверенной области, надзирал за остальными органами власти. Обком стоял во главе системы местных партийных органов, начинавшихся с уровня партийных бюро, функционировавших во всех учреждениях и организациях и подчинявшихся райкомам и горкомам.

Необходимо охарактеризовать структуру партийных институтов и их внутреннее устройство, процесс коммуникации как с другими властны-

ми учреждениями, так и с обществом. Структура обкома включала в себя как органы коллективного управления, так и специализированные отделы. К коллективным органам можно отнести пленум, бюро и секретариат обкома, выносившие официальные решения и постановления, обязательные для исполнения [3]. Секретариат обкома был его настоящим руководством. Первый секретарь был фактическим главой региона, представлявшем его интересы на центральном уровне. Как правило, секретариат был представлен несколькими секретарями, распределявшими полномочия по управлению отраслями народного хозяйства. Так, второй секретарь занимался вопросами транспорта, строительства и промышленности, был секретарь по сельскому хозяйству, идеологии и т. д. [4].

По воспоминаниям сотрудника ярославского обкома В. В. Величко, ниже секретариата располагались отраслевые отделы, занимавшиеся различными направлениями: организационно-партийной работы, идеологическим, административных органов, машиностроения, оборонной промышленности и т. д. Все эти перечисленные структуры были маленькими региональными министерствами, которые зачастую работали напрямую с союзными и республиканскими институтами [4]. Сходную структуру имели и райкомы с горкомами. Партийные институты направляли и контролировали работу остальных властных организаций.

Процесс коммуникации был предопределен руководящим положением ЦК КПСС. Именно этот орган доводил до сведения обкомов всю нужную информацию и принимал отчетность с мест. Первый секретарь обкома, возвращаясь с пленумов ЦК, обязан был донести полученную информацию до партийного актива. Также средством информирования членов партии выступали пленумы, партийные конференции и собрания на местном уровне. Отделы обкома постоянно были в контакте с различными организациями, ими курируемыми, и постоянно доводили до их сведения необходимые установки и требования [2]. Большая роль в процессе коммуникации отводилась партийной прессе и СМИ в целом, так как они доносили нужную для властей информацию до широких слоев населения, не состоявших в партии.

Следующим элементом власти были государственные структуры, представленные исполнительными комитетами советов различных уровней. Во главе их находился областной исполнительный комитет. Облсполком занимался хозяйственными и экономическими вопросами. Принятие и исполнение бюджета, строительство, промышленное

развитие, социальная сфера — все это входило в компетенцию облисполкома. Во главе облисполкома находился председатель и его заместители, курировавшие различные сферы народного хозяйства вверенной области. Сам же облисполком делился на управления или отделы, занимавшиеся определенными направлениями работы. Схожая структура была и у райисполкомов и горисполкомов.

Сотрудники исполкомов одновременно входили в партийную номенклатуру, будучи членами бюро комитета партии соответствующего уровня. Это позволяло обеспечивать политическую коммуникацию между разными уровнями власти, взаимное информирование и одновременно держать исполкомы под партийным контролем [4]. При этом достаточно частым был переход на работу из партийных органов в государственные и наоборот. Так, А. Е. Еремин, видный представитель костромской номенклатуры, работал и в обкоме, и в облисполкоме, и это было весьма распространено [2]. Подобный процесс помогал совместному информированию и внутренним коммуникациям в правящем слое.

Формально высшими органами власти были советы всех уровней, начиная от сельсовета и заканчивая Верховным Советом СССР. В реальности их полномочия были декоративными, а работа состояла в короткой сессии один-два раза в год, заключающейся в принятии заранее утвержденных в партийных органах решений. Тем не менее быть депутатом любого уровня было почетно, подтверждало доверие со стороны властей, служило дополнением к занимаемой в партийно-государственных или хозяйственных органах должности. Так, первый секретарь обкома и председатель облисполкома были одновременно депутатами Верховного Совета СССР или РСФСР. Фактически на законодательную власть возлагались представительские функции и формальное донесение информации о заранее принятых решениях до широких слоев населения путем проведения коротких сессий советов всех уровней.

Для понимания внутренней коммуникации и информирования советских органов можно обратиться к воспоминаниям тех, кто там работал. Так, сотрудник ярославского обкома В. В. Величко вспоминал о работе с первым секретарем Ф. И. Лощенковым. В частности, было дано задание подготовить справку для представления в ЦК. Справка была готова с небольшим опозданием, однако Ф. И. Лощенков отказался ее принять, сказав, что «справка нужна была в 12.00, а сейчас 12.15 — мне Ваша информация уже не нужна» [4]. Таким образом, руководство об-

кома держало ситуацию на контроле и использовало процесс коммуникации и информирования для подтверждения своих полномочий. Это распространялось и на нижестоящие партийные инстанции.

Однако по отношению к ЦК обком сам занимал подчиненное положение. Так, работник калининского обкома КПСС 1970-х годов вспоминал: «После каждого съезда, пленума или отдельно принятого решения обкомы дублировали эти указания на масштабы своей области, дословно повторяя формулировки и рекомендации. А потом обком давал в Центральный Комитет справки о выполнении решений и указаний. В этих справках не было даже малейшего намека на то, что область не в состоянии выполнить по объективным причинам возложенные на нее задачи по тем же самым причинам: недостатка денег, материальных фондов, убывающей рабочей силы. Только заверения, что население одобряет курс партии, с воодушевлением приняло последние решения, и областная партийная организация наметила эффективные меры для выполнения новых задач» [1]. Таким образом, часто передавалась в высшие инстанции власти приукрашенная и искаженная информация, не позволявшая представить истинную ситуацию в области.

При этом работники обкома лучше других знали реальное положение дел в экономике и обществе, но вынуждены были предоставлять положительную отчетность. Аналогичная ситуация была и с исполкомом. На заседаниях правительства облисполкомы (в том числе и Верхневолжья) часто предоставляли завышенную итоговую информацию для формального выполнения плана, не рискуя вступать в дискуссии по изначальной реализуемости заявленных целей.

В конечном итоге, это вело к самоуспокоенности со стороны властей, формированию внешне положительной картины действительности и замалчиванию важных проблем на всех уровнях власти.

Таким образом, реальная власть на региональном уровне была сосредоточена в обкоме и партийных органах, а хозяйственные функции были возложены на систему исполкомов советов. Обе ветви власти находились в процессе тесного взаимодействия и взаимного информирования. Но именно обком выступал и как источник получения информации из ЦК и ее распространения на низовой уровень, и как центр получения сведений о состоянии дел в регионе и передаче ее наверх. Остальные институты власти занимали по отношению к нему подчиненное положение. Нужно учитывать, что областные руководители были заинтересо-

ваны в передаче максимально положительной информации о состоянии дел, замалчивании негативных тенденций, что стало одной из причин постепенного нарастания кризиса в СССР.

Литература:

1. **Галкин, И.** Воспоминания. [Электронный ресурс]. URL: <http://textarchive.ru/c-2602637-pall.html> (Дата обращения: 01.11.2019).
2. **Еремин, А. Е.** От станка до Верховного Совета / А. Е. Еремин. — Кострома: ФГУИПП «Кострома», 2003.
3. **Мухин, Е. В.** Структура и функционирование региональной власти в позднем СССР (на примере Ярославской области) / Е. В. Мухин // Об истории Отечества по-разному... — Ярославль : ЯРГУ, 2006. — С. 30–37.
4. **Никифоров, Ю. С.** Новейшая отечественная история в зеркале интервью региональной элиты: от СССР к России через призму культурной памяти / Ю. С. Никифоров. — Ярославль : ЯГПУ, 2018.
5. **Савин, А. И.** На встречах курсах: политическая коадаптация власти и общества в брежневскую эру / А. И. Савин, В. Деннигхаус // Диалог со временем. — 2015. — № 53. — С. 279–293.

УДК 140.8

В. В. Корнев

Экстаз идеологии

V. V. Kornev

Ideology rapture

Аннотация. Парадокс сегодняшнего состояния идеологии — видимый политический застой или консервация при стремительном расширении идеологического поля. На деле это вещи взаимосвязанные, поскольку в предельной фазе своего роста идеология поглощает все инородные элементы и переходит в режим гиперреальности. Экстаз идеологии — это энергия поглощения, коллапс политических процессов, инертность повседневного сознания.

Ключевые слова: власть, идеология, экстаз, симуляция, гиперреальность, политика, капитализм.

Abstract. The paradox of the current ideology state is stagnation or shut-down at the time of expanding the ideology field. But these two things are interdependent considering that the ideology, at its ultimate growth stage, merges all sorts of foreign elements and shifts to the hyperreality mode. Ideology rapture is the consumption energy, the paralysis of politic processes, and the inactivity of everyday consciousness.

Key words: authority, ideology, rapture, simulation, hyperreality, politics, capitalism.

В книге «Фатальные стратегии» Жан Бодрийяр использует понятие экстаза для описания перезревших состояний современной культуры: политики, моды, рекламы и т. п. Логика умножения симуляций в большом дигитальном взрыве приводит к триумфу экстатического в любой сфере социального устройства:

«Страсть удвоения, эскалации, увеличения мощности — это экстаз — некое качество, которое перестало соотноситься со своей противоположностью (истинное и ложное, прекрасное и безобразное, реальное и воображаемое), становится суперлативным, несравненно положительным, потому что он как бы поглощает всю энергию своей противоположности. Представьте себе прекрасное, как бы поглотившее всю энергию безобразного: вы получите моду... Представьте подлинное, как бы поглотившее всю энергию поддельного: вы получите симуляцию...» [1. С. 9–10].

Представьте себе теперь экстатическую идеологию, покончившую с различием на официальное и приватное, на дискурс власти и кухонную лексику. Повсюду, как слова-паразиты «короче», «типа», «такая», встречаются одни лишь паразиты-мысли о пределах коллективных фантазий: такой, типа, короче, успех... Фукуямовский «конец истории» оборачивается представлением о безальтернативности будущего. Как говорится, все там будем: в правильной рыночной утопии или в кошмарной тоталитарной антиутопии. Третьего не дано. Все белые пятна картины мира в идеологической расцветке ликвидированы — общественные политические споры деградировали или коллапсировали. Как удивительно точно и откровенно заявил еще в 2003 г. председатель Государственной думы РФ Грызлов, «Дума — это не та площадка, где надо проводить политические баталии, отстаивать какие-то политические лозунги и идеологии».

Странно, но экстаз идеологии — это то самое состояние, когда всё застыло и заморожено. Трансгрессия переходит в фазу регрессии, иде-

ология имеет внешним пределом только самое себя. Поэтому ошибка с идентификацией социальной пассивности как вида аполитичности должна быть исправлена на всех проблемных участках. Как, например, на избирательных участках, где сезонное бегство населения из мест «прямого волеизъявления» лишь укрепляет позиции региональной или федеральной власти. При этом мотивация такой добровольной уступки правящему классу всех его привилегий — выборы ничего не изменят — это настоящий девиз власти, выжимка из политических методичек. Крупномасштабная афера с фальсификацией сентябрьских муниципальных выборов в Москве и Санкт-Петербурге — результат мнимой аполитичности низов, негласного консенсуса господствующих и эксплуатируемых классов. Поглощение реальной политики виртуальной (особенно прекрасно то, что выдвинуты партии власти, начиная с губернаторов, шли на выборы под маркой «независимых» кандидатов), обман и самообман всех участников избирательного процесса — это экстатический пир идеологии, ее историческая кульминация.

С точки зрения нормальной истории, противоречия верхов и низов достигают сегодня предельных значений. Фантастический чиновничий потlach и кумовство, реставрация феодальных порядков в центре и на местах, громкие коррупционные скандалы, резонансные оговорки по Макиавелли (как в заявлении алтайской специалистки по молодежной политике о том, что «государство не просило ваших родителей вас рожать») — все это свидетельство структурного антагонизма в отношениях власти и населения. Однако эти же вызывающие формы вселили бюрократии, бросившей жалкие попытки имитации служения народу и перешедшей к стилю вечного, несменяемого, богом данного управления, — суть экстатические прорывы идеологии к ее новому дивному миру. Миру, где мы всегда будем воевать с Океанией, но для таких идеологических оксюморонов, как «замирение», «зачистка» и т. п. — это не проблема.

Но чем еще, кроме взаимного презрения, склеены сегодня верхи и низы, псевдоэлекторат и квазидепутаты? Триумфальный экстаз правящей идеологии выражается не в том, что политическая доктрина подчиняет или устраняет альтернативные точки зрения. Сегодня драматургия борьбы «хорошего» с «плохим» сменяется конкуренцией того, что очевидно плохо и другого, что даже хуже. В сформировавшемся в общественном сознании с 1990-х годов представлении о «реальной» политике всё одинаково беспросветно: танцуют, т. е. воруют, наживаются, а затем

беспринципно пиарятся, все. Часто создается ощущение, что номенклатура и ее отпрыски намеренно занимаются политическим стриптизом, охотно подбрасывая материалы для разоблачений. Настоящая проблема сегодня состоит в скандалозависимости власти, в том, что иногда новая серия разоблачений и прочего «хайпа» слегка задерживается. Как говорит Бодрийяр, «раньше пытались скрывать скандал — сегодня же пытаются скрывать, что никакого скандала нет» [2. С. 24].

В ситуации, когда политические войны перемещаются в фейсбук или твиттер, а обе стороны баррикады одинаково несимпатичны, нам остается, как говорят в таких случаях, запастись попкорном и занимать места в зрительном зале. Экстаз идеологии выражается в том, что кухонные споры уже перестали быть частными — они тоже контролируются администрациями социальных сетей или даже администрацией президента. В обществе спектакля 2.0 границ между подмостками и зрительным залом нет. Перманентный и стандартный спектакль «пауки в банке» идет прямо у нас дома. Некогда интимные пространства поглощены идеологической экспансией и превращены в «экстимные», по выражению Славоя Жижека, территории. Теперь идеология не стучится в наши двери по старинке, она всегда у себя и вас дома. Штатные наемные агитаторы, разносчики листовок или судебные приставы — это уходящая идеологическая натура. Сетевые мемы, демотиваторы, флэш-мобы, лайки, репосты — вот эффективные технологии нашего времени, где любой пользователь соцсетей становится как объектом, так и активным разносчиком идеологических частиц.

Но электоральные забеги политических тараканов или схватки идеологических пауков не смогли бы удовлетворить все запросы избалованной дигитальным контентом аудитории. Это зрелище не способно обеспечить и требуемый уровень вовлечения в тотальный политэкономический спектакль — театр мировых стандартов качества.

Устарела сама логика противостояния, борьбы, антагонизма. С одной стороны, ее заменили эвфемизмы соперничества, конкуренции, провокации, троллинга и пранкерства. С другой стороны, господствующая идеология все меньше воспринимается как сила, направленная против другой силы. Сравните два образца старой и новой идеологии: например, вербовочные плакаты с грозным Дядей Сэмом (вступай в вооруженные силы, заплати налоги и т. п.) с постерами тех же армейских вербовщиков, где стерты неприятные знаки тягот военной службы, но

зато яркими маковыми красками цветет армейская «романтика». Заходящее солнце, экзотические ландшафты, готовые на все туземки, ну и сам герой — с прокачанным на тренажерах торсом, объект соблазнительный и соблазняющий. Типовой постер или ролик рекрутов скорее напоминает предложение тур-оператора, чем военкомата — грех от него отказываться.

Знаменитая формула Евгения Шварца «единственный способ избавиться от драконов — это иметь своего собственного» безнадежно устарела. Поколению хипстеров такой выбор не понятен. Принцип нового общественного спектакля — не выбор между своим и чужим злом, а диалектическое снятие противоречий. В мире, где не только турагентство, но военкомат устраняют различия между территориями и когнитивными системами (приводя к общему знаменателю войну и мир, запад и восток, любовь и ненависть), всякий выбор — симуляция.

Дядя Сэм или Мать-Родина строго смотрели нам прямо в глаза и требовали, не отходя от афишной тумбы, выбирать правильную сторону. Персонифицируемая глянцевыми образами, Большая Сестра новой идеологии ничего от нас не требует. Ее отсутствующее выражение лица и взгляд сквозь зрителя обозначают совсем иное: парень, я точно без тебя проживу... ну а ты?

УДК 316

А. Е. Мальчёнкова

Социальные проблемы культуры хозяйственной жизни

A. E. Malchenkova

Social problems of the culture of economic life

Аннотация. В статье рассматриваются социальные проблемы культуры экономической жизни, связь культуры с различными сферами хозяйственной деятельности (рыночное хозяйство, домашнее хозяйство, гражданский хозяйственный мир).

Ключевые слова: экономическая культура, рыночные отношения, домашнее хозяйство, гражданский хозяйственный мир.

Abstract. The article discusses the social problems of the culture of economic life, the relationship of culture with various areas of economic activity (market economy, household, civilian economic world).

Key words: economic culture, market relations, household, civilian economic world.

Человек как участник хозяйственной деятельности («экономический человек») является не только носителем экономической культуры, но и активным ее проводником. «Экономический человек» может выполнять разные хозяйственные функции, выступая в качестве коммерсанта, менеджера, покупателя и т. п. Подобные функции могут выполнять и хозяйственные организации, которые также взаимодействуют между собой на основе сложившейся экономической социальной культуры.

Рассуждая о влиянии культуры на хозяйственную жизнь, необходимо учитывать, что имеются самые разные подходы к определению ценностей культуры, характерных для разных экономических сфер. Именно поэтому можно говорить о существовании культур, которые определяют коммерческую деятельность в рыночной сфере, а также в производстве, домашней и других сферах.

В сфере рыночных отношений основной ценностью выступает денежная оценка, а ведущей формой отношений является обмен. Значимость хозяйствующего субъекта определяется его способностью продвигать (продавать) товар или приобретать (покупать) товар. Широко разветвлённая рыночная форма регуляции на основе цены и расчета время от времени входит в противоречие с принципами и ценностями других сфер. Так, например, производственная сфера основывается на инвестициях, технологиях и прогнозировании. Ценности этой сферы чаще всего определяются понятием производительности, а логика действий основана на технологии. Отношения между субъектами хозяйствования носят функциональный характер, а оценка производственного субъекта определяется на основе его знаний и производственной компетентности.

На основе иных ценностей функционирует домашняя экономика. Домашнее хозяйство имеет собственную экономическую культуру, которая построена на личных (реципрокных) связях и родстве. Здесь основной ценностью является репутация, а основой оценки социального статуса — личный авторитет. В домашнем хозяйстве культурные нормы и ценности передаются через накопленный опыт, традиции и обычаи на основе высокой степени взаимного доверия.

Свою экономическую культуру имеет и гражданское хозяйство (кооперативы, коллективные хозяйства, товарищества производителей). Она построена на коллективных интересах и соблюдении демократических прав. В качестве основной ценности в гражданском хозяйстве выступает коллективное благополучие. Здесь действует принцип — «личное благополучие через всеобщее благополучие». Все взаимодействия в гражданском хозяйстве осуществляются на основе представлений в соответствии с этим принципом. В основе хозяйственных отношений в гражданском хозяйстве лежит солидарность, а оценка значимости хозяйственного субъекта определяется его способностью представлять коллективные интересы.

Довольно часто какой-либо субъект хозяйствования в своей деятельности использует понятия и суждения, основанные на культуре рыночной экономики, в то время как другой субъект, работающий в гражданской или домашней сфере экономической деятельности, пытается истолковать суждения партнера в понятиях своей хозяйственной культуры, что вызывает серьезные противоречия и конфликты.

В современных условиях рыночная аргументация и рыночная культура довольно часто претендуют на всеобщую, универсальную модель, пригодную для любой хозяйственной сферы. Однако при тщательном анализе этой аргументации оказывается, что принципы функционирования хозяйства, основанные на рыночной экономической культуре, могут быть использованы лишь в одной, хотя и довольно распространенной хозяйственной сфере деятельности. Часто и сама хозяйственная деятельность может существовать только на основе компромисса с другими экономическими культурами. В выигрыше всегда остается тот субъект хозяйственной деятельности, который использует ценности и нормы культуры любой сферы экономики в своей деятельности, при условии, что это приведет к успеху. Всё это еще раз показывает, что рыночные институты погружены в культуру самых различных сфер экономической деятельности. Рыночные отношения в современном мире стали преобладающими, а рыночная культура проникает в самые разные области общественных отношений и даже в политику и семейную жизнь.

Каким образом можно определить хозяйственную культуру с этих позиций? С точки зрения В. В. Радаева «хозяйственная культура представляет собой совокупность накопленных профессиональных знаний и

навыков, сформированных хозяйственных норм, ценностей и символов, необходимых для самоидентификации, определения статусов, производства значений и смыслов и выполнения хозяйственных ролей» [1].

Не отрицая научной ценности этого определения, всё-таки отметим, что оно является далеко не полным. В нем не отражена роль традиций и обычаев, а иногда и образов, связанных с хозяйственной деятельностью и играющих в ней важную роль. Не везде четко обозначена связь отдельных учреждений именно с хозяйственной деятельностью. Если внимательно подойти к содержанию понятия «хозяйственная культура», можно обнаружить, что оно существует в трех формах: а) познавательная (приобретение знаний и навыков); б) ценностная (нормы и ценности); в) символическая (символы, способы идентификации).

Экономическая наука традиционно рассматривает культуру общественной жизни безотносительно к экономике, как не измеряемую количественно сферу и поэтому неприменимую к тем факторам, которые относятся к экономическому поведению. Социологи придерживаются другой точки зрения. Явления культуры не только постоянно воздействуют на хозяйственное поведение, но и являются его частью. Необходимо четко представлять, что культура относится к экономике как форма к содержанию, и в этом смысле, рыночная культура есть форма рыночной экономики. Следует учитывать и тот факт, что культурные нормы и принципы меняются от одной эпохи к другой, от одного общества к другому. То, что воспринималось вчера как единственно приемлемое, наполненное важным культурным смыслом, сегодня может оказаться малопригодным, а иногда и нелепым.

Культура является источником познавательной активности субъектов экономической жизни, дает возможность накапливать знания, отбирая и перерабатывая ту информацию, которая воспринимается как наиболее полезная. Это возможно только в тех случаях, когда имеется уверенность в надежности источников информации, которые определяют пути, ведущие к успеху в данной хозяйственной деятельности, и что, наоборот, является бесполезным и даже вредным [2].

С этих позиций определение производственных целей и применение необходимых стратегий всегда является культурно обусловленным процессом. Производитель и продавец, с одной стороны, демонстрируют реакцию на спрос, в котором проявляются предпочтения потребителей, определяемые под влиянием их культурных взглядов и предпочтений.

С другой стороны, сам спрос на товар не является чем-то внешним и объективным для производителя и продавца, и их реакция на изменение внешней среды не происходит автоматически. Исследование и определение потребительского спроса — это внутренняя работа производителя и продавца для того, чтобы определить требования рынка.

Культура оказывает значительное влияние на выбор средств хозяйственной деятельности. В качестве необходимых стандартов деятельности ценности формируют систему оценок, определяющих, какие ресурсы могут быть использованы в хозяйственной деятельности. Некоторые ресурсы, например земля, могут вообще изыматься из процесса купли-продажи через официальные запреты. Кроме этого, в процессе купли-продажи может исключаться из рассмотрения часть из имеющихся возможностей вследствие признания их малозначимыми. Определение значимости прямо зависит от взглядов на роль культуры в хозяйственной деятельности. Некоторые, на первый взгляд предельно выгодные коммерческие сделки, в одном случае исключаются из рассмотрения, а в другом — становятся обязательными. Основной целью предпринимательства является тщательное изучение имеющихся возможностей.

Связь экономики и культуры отчетливо проявляется в демонстрации продукции на рынке. Любой товар, помимо существенных характеристик, несет в себе символические значения, которые могут и не зависеть от его товарных характеристик. Демонстрируя продукцию, рынок наделяет ее символами, т. е. образами, благодаря которым покупатель должен уяснить смысл того, что ему предлагается. Следует иметь в виду, что каждый товар имеет множество значений, которые определяются известными покупателю символами концептуального смысла. Эти символы выделяют товар среди других подобных продуктов как особенный, эксклюзивный. Со временем продукт распознаётся покупателем и выделяется в его сознании среди подобных ему. Именно благодаря его символическому образу, реклама, как хорошо известно, меньше всего опирается на реальные свойства продукта. Более того, привлечение внимания к полезным свойствам продукта считается примитивным.

Обычно создаются мало связанные с реальностью образы, которые будто бы могут решить многочисленные проблемы человека, часто придуманные, но закрепляющие в его сознании картинку или фразу, подчас заведомо нелепую, но запоминающуюся, связанную с рекламируемым продуктом. При этом образы прикрепляются к продукту или

фирме и внедряются в сознание покупателя. Тем самым культура выполняет конституирующую функцию, стимулируя познавательную деятельность. Она указывает, как необходимо вести себя на рынке и как нельзя. Кроме этого, она выполняет регулятивные функции, которые опираются на готовые схемы, нормы, символы и с которыми должно согласовываться экономическое поведение.

Литература:

1. Радаев, В. В. Социология рынков: к формированию нового направления / В. В. Радаев. — М.: ГУ ВШЭ, 2003.
2. Мальчёнкова, А. Е. Социология: Учебное пособие / А. Е. Мальчёнкова, Г. И. Чередов. — СПб. : СПб ГУТ, 2012.

УДК 94(485)

К. Марклюд

**Шведский натиск на восток? Швеция
во внешнеполитических колебаниях между
Скандинавией и регионом Балтийского моря
в трактовке консервативных геополитиков¹**

C. Marklund

**A Swedish Drang nach Osten? Baltic-Nordic pendulums
wings and Swedish conservative geopolitics**

На протяжении прошлого столетия политика Швеции в регионе Балтийского моря зачастую определялась либо неблагоприятными обстоятельствами, либо исключительно прагматическими соображениями. В сознании консервативно настроенных авторов Балтика выступала полотно, на которое проецировались мечты, надежды и воспоминания славного прошлого. Падение берлинской стены и распад Советского Союза создали условия для развития как региональных интеграционных проектов вроде Совета Государств Балтийского моря, созданного в 1992 г., так и для макрорегиональных идей, таких как установление

¹ Краткое изложение содержания статьи в переводе А.Б. Гехта.

тесных связей между станами Северной Европы и регионом Балтийского моря [1]. Поддержанные и левыми, и правыми политическими силами, эти видения и концепции в немалой степени уходят корнями в не раз становившиеся причиной для дебатов [2] исследования крупного шведского ученого Рудольфа Челлена, повлиявшего на развитие внешнеполитических представлений нескольких поколений шведских геополитиков консервативного толка на протяжении XX в., рассмотрению роли которых в контексте эволюции внешней политики Швеции и посвящена настоящая статья.

История: империя или экономическое предприятие?

Когда уния между Швецией и Норвегией в 1899 г. перешла в новую фазу напряженности, шведские консерваторы сплотились вокруг идеи заставить Норвегию остаться в составе одного со Швецией государства. Несмотря на то, что Р. Челлен был консерватором, он исследовал альтернативную позицию в статье, якобы касающейся вопроса о шведских «границах» [3]. Расценивая отделение Норвегии как потенциальную национальную и моральную потерю для Швеции, ученый также отмечал, что продолжающийся конфликт с норвежцами по многочисленным экономическим и политическим вопросам истощил Швецию [4].

Хотя Р. Челлен пришел к выводу, что «древнее оледенение Фенноскандии» вряд ли могло бы «послужить прецедентом в геополитическом контексте», он тем не менее отметил, что представленная австрийским географом Александром Георгом Зупаном концепция включает в себя также и балтийские губернии России. Следовательно, она совпадала с территорией шведской империи 1611–1721 гг. Таким образом, Р. Челлен определил эту область как естественное проявление шведских прошлых достижений, а также нашел в ней многообещающую почву для проектирования будущих устремлений королевства [5]. Но Р. Челлен основывался не только на геологических соображениях в своем поиске ответа на вопрос о «естественном месте на земле» Швеции и ее региональной самобытности. Он также предоставил исторический анализ, сравнивая более ранние периоды шведской географической экспансии.

По Р. Челлену, первое расширение Швеции в XI в., безусловно, основывалось на «коммерческих интересах», но ему не хватало геополитической логики. Вторая шведская экспансия в XVI–XVII вв. также была не столь длительной. Тем не менее: «Если первая [шведская экспансия]

была сконцентрирована на востоке без какого-либо осознанного плана, то последняя является результатом определенной геополитической идеи: *dominium maris baltici*, включающей, насколько это возможно, все острова, заливы, берега и, прежде всего, устья рек, являющиеся торговыми артериями, но едва ли ведущие дальше на восток или на континент» [6]. Кроме того, «создание империи осуществлялось с помощью политики взгляда на восток. Дорога Швеции к статусу великой державы проходила через Балтийское море» [7]. Таким образом, шведская империя больше зависела от Балтийского моря и торговых путей, которые перекрещивали «зону охвата», чем любые естественные границы на периферии королевства. Расширение эпохи Великодержавия просто следовало доминирующим географическим и экономическим обстоятельствам, стремясь контролировать торговые пути.

Однако, как и у большинства других государств, у Швеции не было необходимой континентальной силовой базы, с которой можно было бы контролировать данный морской регион [8]. Действительно, континентальная Россия вскоре сменила Швецию роли доминанты в Балтийском море и заняла ее место. После ряда неудачных попыток возместить потери, шведские государственные деятели, согласно мнению Р. Челлена, сознательно отвернулись от Балтики к Атлантике [9], стремясь утвердить Швецию в качестве трансокеанского экономического субъекта. В этом им помогал контроль над всем Скандинавским полуостровом, полученный через унию с Норвегией в 1814 г. [10]

Обрисовывая эту «территориальную историю», Р. Челлен охарактеризовал политическую историю Швеции как определенную разновидность маятникового движения, колебания между «балтийскими» и «нордическими» или «скандинавскими» факторами. Последние при этом всегда был в «тени» первых в результате скорее неудач на востоке, чем успехов на западе [11]. Этот образ геополитически определенных колебаний «маятника» в шведской экономической и политической истории продолжит играть важную роль почти во всех более поздних научно-популярных текстах и политических брошюрах Р. Челлена о международном положении Швеции как маленького государства в мире, где господствуют великие державы. Он также послужил ключевым элементом в использовании Р. Челленом явления, охарактеризованного историком Осой Линдерборг «история как идеологический источник силы» [12].

До конца XIX в. шведские историки в основном критиковали шведскую империю в целом и в частности Карла XII за неудачные попытки защитить свое государство. Однако в статье, опубликованной в 1889 г., историк Харальд Йерне утверждал, что шведскую империю следует прежде всего понимать, как балтийский экономический проект. С этой новой точки зрения, по общему признанию, Швеции не удалось направить восточные торговые пути из России на Запад, однако она сумела внести свой вклад в «цивилизацию» Северной Европы. Позднее, в 1897 г., Х. Йерне предположил, что «история Швеции с незапамятных времен переворачивается на восток» [13]. В литературе шведская империя, таким образом, возродилась не как агрессивный и в конечном итоге бесполезный имперский проект, а как конструктивное и инновационное предпринимательское начинание, направленное на благо не только региона Балтийского моря как такового, но и для Западной Европы в целом.

Безопасность: медведь или орел?

Приведенные выше проекции экономических мотивов в конечном итоге послужат основой для использования исторических аналогий при проектировании будущей шведской политики безопасности и торговли. На базе военно-исторического отдела Генерального штаба Швеции возникла так называемая «новая школа», состоявшая из группы молодых офицеров, которые считались элитой среди шведских военных специалистов. Их работа оказалась направлена на разработку будущей военной стратегии королевства; реализация этой задачи нередко сочеталась с публикацией зачастую анонимных брошюр и статей, пропагандирующих модернизацию шведских вооруженных сил [14]. Например, издание многотомного глубокого анализа шведско-русской войны 1808–1809 гг. рассматривалось как важное средство расширения понимания шведским офицерским корпусом современных проблем безопасности Швеции в конце XIX в. В книге офицера Германа Врангеля «Война в Балтийском море: 1719–1721», опубликованной в 1906–1907 гг., приводится еще одна аналогия между геостратегической позицией Швеции после распада унии с Норвегией в 1905 г. и ситуацией на завершающих этапах Великой Северной войны [15]. Монументальный труд офицеров Генерального штаба Швеции «Карл XII на поле битвы», опубликованный в конце Первой мировой войны, сравнивал события прошлого и настоящего в том же духе и представлял собой почти официальное признание «новой школы» [16].

На основе таких исторических аналогий большинство шведских консерваторов пришло к выводу, что шведская программа «активистов» в регионе Балтийского моря не только потребует дорогостоящей экспансии шведских вооруженных сил; она также потребует альянса с Германией. И, если не удастся его установить, будет тесное сотрудничество между скандинавскими странами [17]. Очевидно, что в соответствии с исторической аналогией Россия оставалась главным противником Швеции в обозримом будущем. Самым выдающимся представителем этой тенденции был исследователь и общественный деятель Свен Гедин.

Тем не менее, несколько влиятельных консерваторов, в том числе представители правых в шведском парламенте — вышеупомянутый Г. Врангель, а также сам Р. Челлен, использовали те же исторические аналогии, чтобы прийти к противоположному выводу: зависимость Швеции от иностранных альянсов потерпела неудачу как в 1719–1721-х, так и в 1808–1809 гг., что поставило под сомнение судьбу не только шведской империи, но и шведско-финского государства, а альянс с Германией сделает Швецию подвластной превосходящему южному соседу и подчинит ее германским интересам. Р. Челлен изменил эту позицию только на пороге Первой мировой войны, когда заявил о так называемой «русской угрозе», требуя, чтобы Швеция вступила в войну на немецкой стороне с возможным вооруженным вторжением в Финляндию [18]. Однако официальные шведские устремления по обеспечению контроля над Аландскими островами вступили в конфликт с целями национальной безопасности Белой Финляндии, что осложнило тесные связи между шведскими и финскими консерваторами и националистами. При этом шведская неофициальная поддержка, включая около 800–1000 добровольцев, сыграла незначительную роль на поздних этапах гражданской войны в Финляндии, а также на ранних этапах освободительной войны в Эстонии в 1918–1920 гг. [19].

Процессы создания новых независимых государств, начавшиеся в конце Первой мировой войны, по-разному формировали внешнюю политику Швеции и ее политику в отношении региона Балтийского моря. Во-первых, было обеспечено наследие для подготовки к одностороннему шведско-финскому военному сотрудничеству в случае будущих конфликтов Финляндии с Советской Россией. Во-вторых, улучшение геостратегического положения Швеции после 1918 г., а также временное региональное превосходство шведского военно-морского флота после со-

кращения немецкого и российского военно-морских флотов на короткий срок позволили шведским военным стратегам рассмотреть возможность более активной внешнеполитической деятельности в случае в возможной войне в регионе [20]. Наиболее ярким примером последнего является книга младшего офицера Генерального штаба Акселя Раппа «Позиция Швеции» 1923 г. [21]. В-третьих, эти действия также предупредили членов быстро расширяющегося шведского социал-демократического движения о рисках, которые представляют для шведского нейтралитета и внутреннего мира, любые попытки консервативного авантюризма во внешней политике. Для шведских реформистов, социал-демократов, сотрудничество в рамках Лиги Наций, международное разоружение и односторонние сокращения вооружений в Швеции, которые в конечном итоге были приняты социал-демократическим правительством Яльмара Брантинга в 1925 г., обеспечили бы региональную безопасность королевства [22].

В 1930 г. шведский консервативный писатель и дипломат Рутгер Эссен, позднее вставший на идейные позиции, близкие к фашистским, опубликовал трактат под названием «Политические вопросы в регионе Балтийского моря», в котором отмечал значимость Балтики в современной ему внешней политике Швеции. Эссен, как и Г. Врангель, А. Раппе и Х. Юнг, оперировал тезисами Х. Йерне и Р.Челлена о важности «восточного направления» во внешней политике Швеции, отрицая ее возможные авантюристичность или агрессивность. Более того, Р. Эссен задавался вопросом: «Действительно ли Балтийское море служит для того, чтобы стать морем “общения” между свободно сотрудничающими народами, а не просто мелким рвом перед огромной Российской империей?» [23, 24]. В дальнейшем Р. Эссен годов сформулирует мысль о «Балтийской программе безопасности» (1930-е гг.).

Экономика: Балтийская программа или сотрудничество с СССР?

Отмечая растущую глобальную взаимозависимость и высокую степень международной открытости шведской экономики к концу 1920-х гг., Р. Эссен пришел к выводу, что Швеция должна стремиться извлечь выгоду из своего положения и репутации в регионе Балтийского моря. Тогда страны Балтийского кольца не играли существенной роли в шведской торговле, представляя менее 1/10 шведского экспорта и менее 1/20 импорта. Но, как утверждал Р. Эссен: «... относительная важность стран

восточной части Балтийского моря будет расти, и великая Россия... в условиях экономического развития, освобожденного от принудительной изоляции, всегда будет первоклассным рынком для Швеции» [25]. Помимо экономических перспектив отмечались и иные задачи Швеции на востоке: именно шведам принадлежит ответственная бескорыстная задача по интеграции молодых балтийских государств в правовое и культурное пространство Западной Европы.

Предвидение более заметной роли Швеции в будущем экономическом развитии России, а также региона Балтийского моря, не единожды звучали и после русских революций 1905 и 1917 гг. [26]. Эти взгляды встречались в среде шведских предпринимателей и политиков. Многочисленные деловые операции семьи Нобелей в России, особенно стратегически важная эксплуатация каспийской нефти, усилия Оскара Диксона и Адольфа Эрика Норденшёльда по открытию Северо-восточного морского пути, а также роль Швеции как транзитера между Россией и западными союзниками во время Первой мировой войны послужили источником вдохновения для подобных суждений [27, 28]. Пять крупных шведских транснациональных корпораций создали дочерние предприятия и производственные мощности в России к 1915 г.: Wicanders kork, LM Ericsson, Gasaccumulator (AGA), Allmänna Svenska Elektriska AB (ASEA) и Svenska Kullagerfabriken (SKF). К 1917 г. в России работало около двадцати шведских торговых домов, которые импортировали машины, двигатели, инструменты, сталь и бытовую технику. К моменту революции Швеция занимала восьмое место среди капиталовложений в России. Географически шведская экономическая деятельность была сосредоточена вблизи Балтийского края и Северо-Западной части России, а шведские корпорации сосредоточены в Санкт-Петербурге, Риге и Москве [29]. Это быстрое и беспрецедентное расширение вызвало широкие дискуссии в шведских деловых кругах во время войны. На страницах делового журнала «Свенск Экспорт» появлялись статьи о развитии российско-шведской торговли после прекращения военных действий. Важным шагом стало бы открытие регулярного и прямого маршрута между Стокгольмом и Таллином и создание порта свободной торговли в Стокгольме, обслуживающего российскую торговлю [30].

Однако глобальные события со временем ограничили охват их деятельности. В 1919 г., когда Советская Россия оказалась под блокадой со стороны Антанты, российско-шведская торговля сократилась до

минимума. Тем не менее, были предприняты некоторые согласованные усилия по восстановлению шведской прямой торговли с Сибирью и районами юга России, все еще находящимися под контролем белых [31]. Важно отметить, что большевики конфисковали активы шведских фирм и частных лиц в России после революции, и этот вопрос вскоре превратился в серьезное препятствие для дальнейших шведско-российских коммерческих контактов. Шведские деловые операции за рубежом также осложнялись крайне сложной послевоенной ситуацией в странах Балтии, Финляндии и Польше, не говоря о самой России.

Весной 1920 г. известный советский дипломат Максим Литвинов вступил в переговоры со шведскими корпорациями, предлагая Швеции значительные привилегии в отношении транзитной торговли при условии признания советского режима. В результате этих первоначальных контактов и переговоров Швеция стала в мае 1920 г. первой западной страной, заключившей так называемое «Красинское торговое соглашение» с Советской Россией, названное в честь народного комиссара по торговле и промышленности. Леонид Красин прибыл в Стокгольм по приглашению социал-демократического правительства Я. Брантинга для покупки 1000 локомотивов, которые будут поставлены советской стороне фирмой Nydqvist & Holm в течение пяти лет [32]. Примерно в то же время шведский банкир Улоф Ашберг торговал российским золотом через таллиннскую дочернюю компанию своего банка Svenska Ekonomi AB [33]. Эти операции имели решающее значение для хрупкого советского режима в его попытках обойти западную блокаду. В сложившихся обстоятельствах Швеция могла бы снова, хотя и на ограниченный срок, сыграть важную роль во внешней торговле Советской России.

Геополитические спекуляции со стороны маргинальных, но иногда и «квазиофициальных» представителей консервативной академической, деловой, военной и политической элиты оказали достаточно продолжительное влияние на традиционный интерес Швеции к восточному побережью Балтийского моря что, в конечном итоге, привело к современному статусу международного положения Швеции, основанного на торговле, культуре и науке, а не на военной агрессии. Хотя национальный романтизм и ностальгия по шведской империи, безусловно, сыграли важную роль в качестве знамени для сплочения для убежденных шведских консерваторов. Тем не менее, рассмотренные в статье консервативные установки, опирающиеся на «научно» обновленное обоснование шведского

«экспансионизма» в контексте балтийско-скандинавского регионализма, своеобразная трактовка истории и географии, стремление убедить скептиков в том, что такие устремления не являются шовинистическими или бесполезными оказывали мощное влияние на «геополитические представления» консервативных шведских ученых, интеллектуалов и, иногда, политиков вплоть до конца Второй мировой войны, демонстрируя живучесть и жизнеспособность представлений о возможности шведского Drang nach Osten.

Примечания:

1. **Wæver, O.** Nordic nostalgia: Northern Europe after the Cold War // *International Affairs*. — 68:1. — 1992. — 77–102; **Neumann, I. B.** A region-building approach to Northern Europe // *Review of International Studies*. — 20:1. — 1994. — 53–74; Subregional cooperation in the new Europe: building security, prosperity and solidarity from the Barents to the Black Sea / ed. by A. Cottey. — Basingstoke: MacMillan 1998; **Jukarainen, P.** Norden is dead — long live the Eastwards faced Euro-North: geopolitical re-making of Norden // *Nordic Journal. Cooperation and Conflict*. — 34:4. — 1999. — 355–382; **Fredén, L. P.** Förvandlingar: Baltikums frigörelse och svensk diplomati 1989–1991. — Stockholm : Atlantis, 2004; **Fredén, L. P.** Återkomst: Svensk säkerhetspolitik och de baltiska ländernas första år i självständighet 1991–1994. — Stockholm : Atlantis, 2006; Sverige och Baltikums frigörelse: två vittnesseminarier om storpolitik kring Östersjön 1989–1994 / ed. by Thomas Lundén and Torbjörn Nilsson. — Huddinge: Samtidshistoriska institutet, Södertörns högskola, 2008; **Wahlbäck, K.** Baltisk befrielse: Svenska insatser för friheten. — Stockholm: Jarl Hjalmarson stiftelsen, 2012; **Ingelstam, L.** Fred, säkerhet, försvar: tyngdpunktsförskjutning i svensk politik / L. Ingelstam, A. Mellbourn. — Stockholm : Sveriges kristna råd, 2014. — 22–29.

2. Geopolitik: en antologi / ed. by Claes-Göran Alvstam and Gunnar Falkemark. — Gothenburg : Padrigu, 1991; **Holdar, S.** The ideal state and the power of geography: the life-works of Rudolf Kjellén // *Political Geography*. — 11:3. — 1992. — 307–323; **Larsson, J.** Hemmet vi ärvde: om folkhemmet, identiteten och den gemensamma framtiden. — Stockholm : Arena [i samarbete med] Institutet för framtidsstudier, 1994; **Kuldkepp, M.** Sweden's historical mission and World War I: a regionalist theory of Swedish activism // *Scandinavian Journal of History*. — 39:1. — 2014. — 126–146; **Marklund, C.** The return of geopolitics in the era of soft power: rereading Rudolf Kjellén on geopolitical imaginary and competitive identity // *Geopolitics*. — 19:4. —

2014. — 1–19; **Marklund, C.** Stor är stark, men liten är listig: Kjelléns baltiska program och geopolitikens lärdomar för en perifer ‘mellanstat’ // Rudolf Kjellén: geopolitiken och konservatismen / ed. by Ragnar Björk, Bert Edström and Thomas Lundén. — Stockholm : Hjalmarson & Högberg, 2014. — 180–202.

3. **Kjellén, R.** Studier öfver Sveriges politiska gränser. — Ymer 1976/77 [1899]. — 70–80.

4. Elvander, Harald Hjärke och konservatismen, 274–275.

5. **Kjellén, R.** Inledning till Sveriges geografi. — 39, 54, 172–175.

6. Ibid. 55.

7. Ibid. 54–58.

8. Ibid.

9. **Ekegård, E.** Studier i svensk handelspolitik under den tidigare frihetstiden. — Uppsala : Appelbergs Boktryckeri Aktiebolag, 1924. — 212.

10. **Kjellén, R.** Inledning till Sveriges geografi. — 57.

11. Ibid. 59; also **Kjellén, R.** Sverige och utlandet. — Stockholm: Sv. folkförbs, 1911.

12. **Linderborg, Å.** Socialdemokraterna skriver historia: historieskrivning som ideologisk maktresurs 1892–2000. — Stockholm : Atlas, 2001.

13. **Hjärne, H.** Sveriges Östersjövälde och Europa: några synpunkter Svenskt och främmande. — Stockholm : Geber, 1908. — 80–97.

14. **Åberg, A.** Varför misslyckades Karl XII:s ryska fälttåg? Till 250-årsminnet. — Svensk Tidskrift, 1959. — 265–273; **Åselius, G.** The “Russian menace” to Sweden: the belief system of a small power security elite in the age of imperialism. — Stockholm : Almqvist & Wicksell International, 1994.

15. **Wrangel, H.** Kriget i Östersjön: 1719–1721. — Karlskrona : Marinlitteraturföreningen, 2007 [1906–1907].

16. Generalstaben, Karl XII på slagfältet: karolinsk slagledning sedd mot bakgrunden av taktikens utveckling från äldsta tider. — Stockholm : Norstedt, 1918–1919.

17. **Norman, L. T.** Right-wing Scandinavism and the Russian menace // Contact or isolation? Soviet-Western relations in the interwar period / ed. by John Hiden and Aleksander Loit. — Stockholm : Almqvist & Wicksell International, 1991. — 329–349.

18. Den ryska faran. — Karlskrona, 1913; **Järte, O.** Sveriges utrikespolitik i världskrigets belysning / O. Järte, R. Kjellén, Y. Larsson et al. — Stockholm : Nordiska bokhandeln, 1915.

19. **Oredsson**. Stormaktsdrömmar och stridsiver. 257–296; Norden och krigen i Finland och Baltikum 1918–19 / ed. by Lars Westerlund. — Helsingfors : Statsrådets kansli, 2004.

20. Från Torne älv till Systerbäck: hemligt försvarssamarbete mellan Finland och Sverige 1923–1940. — Stockholm: Militärhistoriska förl., 1987; **Ericson, L.** Estland och Lettland i svensk marin debatt 1918–1925 // Forum navale. 48. — 1992. — 39–55.

21. **Rappe, A.** Sveriges läge: En krigspolitisk studie. — Stockholm : Norstedt, 1923.

22. **Larsson, U.** Svensk socialdemokrati och Baltikum under mellankrigstiden. — Stockholm : Almqvist & Wiksell International, 1996.

23. **Essén, R.** Sverige, Östersjön och östersjöpolitiken: Ett svenskt utrikespolitiskt program. — Stockholm: Sveriges nationella ungdomsförbund, 1930. — 7–12.

24. Ibid.

25. Ibid. 91–92.

26. **De Geer, S.** Rysslands ekonomiska geografi. — Jönköping: Lundgrenska boktr., 1917; **Hornborg, E.** Sverige och Ryssland genom tiderna: politiska relationer och krigiska konflikter/ — Stockholm: Natur och kultur, 1941.

27. Swedish business history in Russia, 1850–1917 / ed. by Martin Kragh/ — Bromma : Centrum för näringslivshistoria, 2014.

28. **Johansson, A. R.** Swedish branch factories in imperial Russia, 1885–1917 / Imperial power and development / ed. by Don Karl Rowney. — Columbus, Ohio: Slavica, 1990. [151]–174.

29. **Johansson, A. R.** Swedish transnational enterprise in the Baltic countries: aspects of continuity of the pre-revolutionary process of direct investment in the Russian market // The Baltic in international relations between the two World Wars / ed. by John Hiden and Aleksander Loit. — Stockholm : Centre for Baltic Studies, Univ., 1988. — 253–279; **Johansson, A. R.** Swedish enterprise and immigrants in the Baltic region of imperial Russia // The Baltic countries 1900–1914 / ed. by Aleksander Loit. — Stockholm : Almqvist & Wiksell International, 1990. — 245–261.

30. **Carlbäck-Isotalo, H.** Att byta erkännande mot handel: svensk-ryska förhandlingar 1921–1924. — Uppsala: Univ., 1997. — 26–27.

31. **Örtendahl, S.** Anteckningar om en svensk sjöburen handelsexpedition till Sibirien år 1919 // Forum navale. — 44. — 1988. — 55–72.

32. **Carlbäck-Isotalo, H.** Att byta erkännande mot handel... 29–30.

33. **Aschberg, O.** En vandrande jude från Glasbruksgatan. — Stockholm : Bonnier, 1946. — 138–147. Перевод на русский язык доступен в следующем издании: Гехт, А. Б. Улоф Ашберг — автопортрет в контексте эпохи / Перевод, комментарии к воспоминаниям «Странствующий еврей с Гласбрюксгате» // De Personae. Т. I. М. : Товарищество научных изданий КМК, 2018. С. 247–451.

УДК 376.74

Т. С. Немчинова

Образовательные модели адаптации коренных народов к современным экономическим отношениям¹

T. S. Nemchinova

Educational models of adaptation of indigenous peoples to modern economic relations

Аннотация. Переход к новому типу экономических отношений показал, что уклад жизни коренного населения, сформировавшийся в определенном природном ландшафте, тип традиционного хозяйствования изменяются медленнее, чем внешние экономические условия. В связи с этим необходимо учитывать их культуру жизнеобеспечения, опыт исторического развития. Инструментом включения в современную экономику региона малочисленных народов севера является качественное образование и система сопровождения в ходе образовательного процесса, отказавшись от принципов сознательного консервирования традиционности хозяйствования и формирования инновационного сознания через образование, при сохранении традиционной культуры и языка.

Ключевые слова: коренное население, Арктическая зона Российской Федерации, традиционное хозяйство, образовательная политика, интегрированная полиформатная региональная система образования.

Abstract. The transition to a new type of economic relations showed that the way of life of the indigenous population, formed in a certain natural landscape, the type of traditional management change more slowly than the external eco-

¹ Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 19-013-00394.

conomic conditions. In this regard, it is necessary to take into account their culture of life support, the experience of historical development. The instrument of inclusion in the modern economy of the region of the small peoples of the North is a quality education and support system in the educational process, abandoning the principles of conscious preservation of the traditional economy and the formation of innovative consciousness through education, while preserving the traditional culture and language.

Key words: indigenous population, Arctic Zone of the Russian Federation, traditional economy, educational policy, integrated multi-format regional education system.

Введение. Высокая концентрация коренных малочисленных народов в Арктике и открытие запасов природных ресурсов а, следовательно, рост промышленного освоения региона вновь привлекают внимание исследователей к проблемам этих народов. В Арктике проживает более 4 млн человек, из них примерно 500 тыс. принадлежит к коренным народам: эскимосы Аляски, Канады, Гренландии, североамериканские индейцы (тлинкиты, атапаски, хайда, семшиане), саамы Норвегии, Швеции, Финляндии, России, вепсы, ненцы, селькупы, нганасаны, чукчи, эвены, эвенки, долганы, ительмены, чуванцы, коми и якуты. В Арктической зоне Российской Федерации (АЗРФ) из 2 млн 502 тыс. населения представителей коренных малочисленных народов Севера (КМНС) насчитывается 82,5 тыс. [1]. Каждая этническая группа менее 50 тыс. человек и является самостоятельной этнической общностью [2].

Несмотря на разность культур и происхождения, представители КМНС имеют схожие проблемы. Обладая минимальными стандартами прав и обязанностей, которые являются основой их выживания, сохранения и развития как этнических групп со своей культурой, языком, религией и традициями, они с трудом включаются в современную экономическую и общественную жизнь, стабильно ориентируясь на традиционный тип хозяйствования и природопользования [3].

Переход к новому типу экономических отношений показал, что уклад жизни коренного населения, сформировавшийся в природном ландшафте, тип традиционного хозяйствования изменяются медленнее, чем внешние экономические условия. В связи с этим необходимо учитывать их культуру жизнеобеспечения, опыт исторического развития.

Гипотеза. Включение в современную экономику региона КМНС возможно через получение качественного образования и качественного

сопровождения в ходе образовательного процесса при отказе от принципов сознательного консервирования традиционности хозяйствования и формирования инновационного сознания через образование, при сохранении традиционной культуры и языка.

Главное конкурентное преимущество высокоразвитой страны связано с развитием ее человеческого потенциала, прежде всего определяемого системой образования. Именно в этой сфере находится ключ к обеспечению устойчивого экономического роста страны и социального прогресса. В связи с этим изменились ожидания общества от сферы образования: оно должно успешно выполнять в регионе роль движущей силы. Жизнь требует от школ и университетов стать более динамичными, гибкими и чувствительными к социальным, научно-техническим, технологическим потребностям, инновациям и международной конкуренции [4].

В контексте целей устойчивого развития ООН на примере региона Арктической зоны РФ — Ямала рассматривается один из ключевых факторов, влияющих на качество экономического роста и являющийся наиболее мощным и преобразующим инструментом для достижения устойчивого развития, а именно — образование. Автор использует Цели устойчивого развития до 2030 г. как перспективный ориентир в образовательной политике государства в АЗРФ, где впервые в двух показателях содержатся конкретные упоминания коренных народов.

Описание исследования. Десять показателей Цели 4 стимулируют действия между правительствами, системой ООН, гражданским обществом, НПО, местными общинами и глобальными гражданами. Эти 10 показателей варьируются от завершения бесплатного начального и среднего школьного образования для всех к 2030 г. до ликвидации гендерного неравенства и неравенства в доходах в сфере образования, обеспечения равного доступа к недорогостоящей профессиональной подготовке и всеобщего доступа к качественному высшему образованию.

Для детального анализа был выбран российский арктический регион — Ямало-Ненецкий автономный округ (ЯНАО). Автор этой статьи принимал участие в полевых исследованиях. Выбор региона исследования обусловлен рядом факторов. Во-первых, ненцы — самый многочисленный коренной народ АЗРФ, 41 849 чел. (2010), 50,7%. — доля КМНС АЗРФ. Общая численность проживающих в ЯНАО представителей КМНС составляет свыше 37 тыс. человек, приблизительно 7% от всего населения округа; из них более 14 тыс. человек (40% общин коренных

народов) заняты в традиционных видах деятельности, в основном в кочевом оленеводстве [5]. Ямальский район является абсолютным мировым лидером по поголовью домашних оленей, которое по состоянию на январь 2010 г. насчитывало более 290 тыс. голов [6].

Во-вторых, в округе разрабатывается и реализуется широкомасштабный промышленный проект, связанный с освоением природных ресурсов. В то же время там проживают оленеводы-кочевники, и черты этнической культуры сохранились до сегодняшних дней в наиболее чистом виде [7]. Большинство составляют оседлые жители, проживающие в поселках и городах. Часть года или круглогодично в Арктике кочуют около 20 тыс. человек, т. е. около четверти аборигенного населения. При этом порядка 60% кочующего населения страны приходится на Ямало-Ненецкий автономный округ [8]. Согласно плану взаимодействия с заинтересованными сторонами, «Ямал СПГ» предлагает возможности трудоустройства и получения дополнительного образования. В начале 2014 г. в средних школах Ямальского района представителем Компании были проведены встречи с учащимися выпускных классов, их родителями и педагогами, во время которых было рассказано о проекте «Ямал СПГ» и затронуты вопросы профориентации по специальностям, необходимым в будущем на заводе СПГ. В рамках реализации Плана предусмотрены меры по поддержке обучения студентов из числа КМНС, по содействию в подготовке специалистов из числа КМНС, по финансированию укрепления материально-технической базы образовательных и досуговых учреждений. В Плате также названы международные заинтересованные стороны проекта «Ямал СПГ» — Арктический совет, Секретариат по коренным народам Арктического совета.

В-третьих, ЯНАО на протяжении нескольких последних лет возглавляет список лучших регионов страны по интегральному индексу инфраструктуры образования. Однако существующая модель образования не обеспечивает успешную интеграцию ненцев в современную экономическую деятельность региона. Крайне низкий процент ненецкой молодежи получает высшее образование. В свою очередь, компании, работающие в регионе, предпочитают не брать на работу представителей коренного населения. ЯНАО является лидером по ключевым экономическим и социальным показателям. Однако существует проблема подготовки рабочих кадров для комплексных инфраструктурных проектов, сосредоточенных на Ямале, таких как «Северный широтный ход», «Ямал СПГ»,

«Порт Сабетта». Для инновационной экономики требуются высококвалифицированные инженерные и рабочие кадры, соответствующие современным профессиональным стандартам.

В-четвертых, в департаменте по делам коренных малочисленных народов Севера ЯНАО создана Единая информационная система по моделированию и прогнозированию социально-экономического развития коренных народов. Она была введена на Ямале в 2012 г. Система содержит модули по 34 показателям и включает взаимоувязанные базы данных о наиболее значимых сферах жизнедеятельности коренных народов Ямала. Содержит реестры семей, общин коренных народов, факторий, священных мест и мест захоронений, модуль по учету оленей. Система позволяет вести мониторинг занятости коренного населения в традиционных отраслях, увидеть, является ли кочевник членом общины, на каких условиях осуществляет хозяйственную деятельность, обучаются ли его дети в школе-интернате, получателем каких мер социальной поддержки является, насколько органы местного самоуправления обеспечили его поддержкой, предусмотренной региональным стандартом минимальной материальной обеспеченности. Действующая на Ямале система обладает большим массивом информации о лицах, ведущих традиционный образ жизни, и упрощает для них процедуру получения региональной господдержки.

В тундре вместе с родителями находятся свыше 3,6 тыс. детей. Постоянное передвижение тундровиков, смена местоположения стойбища не позволяют детям посещать стационарные детские сады и готовиться к школе. Это неблагоприятно сказывается на успешности освоения образовательной программы. В настоящее время основным инструментом решения этой проблемы рассматривается сеть школ-интернатов, в которых обучается свыше 80% от общего числа детей КМНС. Это современные социокультурные центры, где созданы условия для проживания и обучения детей.

Мы предлагаем формирование интегрированной полиформатной региональной системы образования для представителей коренных малочисленных народов Севера, которая предполагает функционирование нескольких модулей на образовательном треке каждого обучающегося.

Первый модуль — начальное образование: предлагается развитие системы кочевых школ, где преподавание ведется на русском и родном языках. Успешная модель кочевых школ реализовывалась в Республи-

ке Саха (Якутия), осмысление, методическое сопровождение и распространение этого опыта позволит сформировать дружественную образовательную среду на первой ступени обучения, изучение родного языка и культуры, при этом будет вестись подготовка к последующим ступеням образования. Подготовка педагогических кадров должна вестись из представителей коренных народов в региональных учреждениях СПО педагогического профиля.

Второй модуль — основное образование: предполагает сочетание обучения в интернатах в осенне-зимне-весенний период с дистанционным образованием в летний период, или же сочетание дистанционного образования при тьюторской поддержке учителей начальных классов в кочевых школах на раннем этапе (5–6 классы) с обучением в интернатах в 7–9 классах. Обучение ведется на русском языке при обязательном изучении родного языка и культуры, традиционного хозяйствования. Формирование устойчивого билингвизма, изучение иностранного языка. Подготовка педагогических кадров из числа представителей коренных народов в региональных учреждениях СПО педагогического профиля и в педагогических вузах по специальным этноориентированным программам.

Третий модуль — среднее полное образование, предполагает стационарное обучение на базе интернатов с использованием дистанционных образовательных технологий и привлечением к учебному процессу педагогических кадров из ведущих центров. Обучение ведется на русском языке, изучается иностранный язык, родной язык изучается на факультативной основе. Формируются расширенные лингвистические, коммуникативные, лидерские, командные компетенции (soft skills). Обучение направлено на подготовку к продолжению обучения по программам среднего профессионального и высшего образования.

Четвертый модуль — среднее профессиональное образование. Агентство стратегических инициатив разработало региональный проект «Рабочие кадры для Арктики», который нацелен на создание системы опережающей подготовки кадров, востребованных на рынке труда. Обучение организуется по ТОП-30 арктических профессий, согласованных заинтересованными сторонами как наиболее востребованным для современного производства. Перечень включает 20 профессий из федерального списка ТОП-50 и 10 арктических профессий, необходимых для реализации инфраструктурных проектов. Базовым механизмом

обучения рабочим профессиям становится практико-ориентированное (дуальное) обучение на основе целевого заказа предприятий и активного участия работодателей на разных этапах образовательного процесса, в том числе введения демонстрационного экзамена по стандартам World Skills Россия.

Организационной и содержательной основой совместной работы колледжей и предприятий становятся корпоративные ресурсные учебные и специализированные центры компетенций. Формируется новая культура отношений власти, бизнеса и системы профессионального образования в вопросах кадрового обеспечения инвестиционных проектов, реализуемых в Арктике. Ожидаемый социокультурный эффект — формирование поколения рабочих из числа ямальской молодежи, решившей реализовать свой потенциал на Крайнем Севере.

Пятый модуль — высшее образование и подготовка кадров высшей квалификации. Необходимо формирование сети базовых высших учебных заведений (из числа ныне существующих и соответствующих необходимым требованиям), обеспечивающих подготовку специалистов высшей квалификации из представителей коренных народов. Целевая подготовка специалистов по заявкам ресурсных компаний и органов исполнительной власти регионов АЗРФ. Пример Северо-Восточного федерального университета и Северного Арктического федерального университета как центров образования с арктической спецификой.

Вывод. Модернизация образовательной системы арктических регионов России в отношении коренных народов должна рассматриваться не только как гуманитарный проект, коей она, безусловно и прежде всего, является, но и как геополитический и стратегический проект активного присутствия России в макрорегионе.

Важным сектором образовательной системы, обеспечивающим устойчивое развитие арктических регионов АЗРФ, должна быть профессиональная подготовка представителей коренных малочисленных народов Севера, Сибири и Дальнего Востока России. Необходима адаптация всех уровней образования к потребностям представителей коренного населения, направленная на изучение, сохранение и передачу новым поколениям системы хозяйствования, ориентированной на традиционный образ жизни с одной стороны, и на гармоничную интеграцию автохтонного населения в общественные, экономические и технологические реалии современного мира — с другой. При этом необходимо из-

бежать издержек, связанных с практикой принудительной коренизации
номадов Севера и неразумного государственного патернализма. Опыт
предыдущего периода развития образовательной системы арктического
макрорегиона России должен быть обязательно учтен [9].

Примечания:

1. Российская Арктика: коренные народы и промышленное освоение /
Под ред. В. А. Тишкова. — М. ; СПб. : Нестор-История, 2016. — С. 9.

2. Общая численность коренных малочисленных народов Севера,
Сибири и Дальнего Востока Российской Федерации составляет 247 тыс.
человек, они представляют 42 этноса.

3. **Клоков, К. Б.** Этническое поле в этногеографических исследованиях:
концептуализация и обоснование нового подхода / К. Б. Клоков, С. А. Хрущёв,
А. А. Музалёв и др. // Вестник СПбГУ. Сер. 7. Геология. География. —
2016. — Вып. 2. — С. 76–84.

4. **Немчинова, Т. С.** Роль внешних акторов в формировании и развитии
национальных систем высшего образования государств Латинской
Америки / Т. С. Немчинова // Россия и Иberoамерика в глобализирующемся
мире: история и современность: Доклады и материалы третьего
международного форума / Отв. ред. В. Л. Хейфец, Л. С. Хейфец. — СПб. :
Скифия-принт, 2017. — С. 1005–1017. — С. 1005.

5. План взаимодействия с заинтересованными сторонами. Подготовле-
но: Environ, Ямал СПГ. — Май 2015. — С. 17.

6. Там же. С. 23.

7. **Клоков, К. Б.** Этническое поле... С. 76–84.

8. Российская Арктика: коренные народы и промышленное освоение...
С. 11.

9. **Кукаренко, Н. Н.** Российский рынок «арктического» образования
в научно-образовательном пространстве Арктики / Н. Н. Кукаренко,
А. А. Музалёв, Т. С. Немчинова // Арктика: общество, наука и право: Сб.
материалов Международного форума «Арктика: общество, наука и право».
Санкт-Петербург, 23–24 октября 2018 г. / Под ред. Н. К. Харлампьевой. —
СПб.: Изд-во С.-Петербур. ун-та, 2019.

Сетевые формы взаимодействия в сфере высшего образования: понятие, принципы и перспективы

A. V. Nerovnyi

Networking in higher education: concept, principles and prospects

Аннотация. В современном мире концепция сетевого взаимодействия становится основной чертой реализации сотрудничества во всех областях жизнедеятельности, включая государственную политику в сфере образования. Такое партнерство в области образования подразумевает интегрированную систему горизонтальных и вертикальных связей, обеспечивающую доступ к качественному образованию для студентов различных категорий. Рассмотрению этого перспективного направления посвящена данная статья.

Ключевые слова: сетевые формы взаимодействия, интеграционные процессы в образовании.

Abstract. In today's world, the concept of networking is becoming the main feature of the implementation of cooperation in all areas of life, including public policy in the field of education. This partnership in education implies an integrated system of horizontal and vertical links, providing access to quality education for students of different categories. The article is devoted to consideration of this perspective direction.

Key words: networking, integration processes in education.

Сложность выработки единого подхода к содержанию категории «сетевое взаимодействие» определяется немногочисленностью современных отечественных исследований по данному направлению при том, что еще в работах классиков западной науки затрагивалась проблема взаимодействия сетевых субъектов, а английский экономист А. Маршал работал над моделью сетевого развития. Однако стоит отметить, что интерес к теме с каждым годом растет [5. С. 25].

Так что же конкретно подразумевает под собой понятие «сетевая форма взаимодействия»? Так один из основателей сетевого подхода М. Грановеттер понимал под этим «совокупность устойчивых контак-

тов или сходных с ними социальных отношений между индивидами или группами» [9. Р. 9].

Если сфокусироваться на сфере образования, то наиболее простое определение можно найти в работе А. О. Лебедева, где сетевое взаимодействие университетов представлено как «процесс организационного объединения ведущих университетов макрорегиона в единый комплекс подготовки высококвалифицированных специалистов и научных кадров с целью развития интеграционных процессов» [5. С. 30]. Однако наиболее полным будет определение, выдвинутое Я. А. Бутенко и Т. П. Данько: «объединение физических и юридических лиц, функционирующих в структурах различной организационно-правовой формы, координирующих свою деятельность и совместно использующих финансовые, материально-технические, интеллектуальные и иные ресурсы для решения конкретных проблем развития сектора науки и инноваций в сфере высоких технологий на федеральном и региональном уровнях» [2. С. 12].

Целью сетевого взаимодействия в образовании является подготовка конкурентоспособного специалиста, который может адаптироваться к быстро меняющимся условиям международного рынка труда. Очевидными характеристиками конкурентоспособного специалиста являются «планетарное мышление», способность к постоянному саморазвитию и самообразованию, а также готовность к инновационной деятельности.

В целом же система межвузовского сотрудничества направлена на достижение таких задач, как: 1) организация общего образовательного пространства вузов-участников путем реализации совместных программ, новых форм межвузовского сотрудничества; 2) создание новых механизмов развития академической мобильности студентов и преподавателей; 3) создание эффективной системы управления сетевым взаимодействием [8. С. 249].

Исходя из общих представлений о феномене сети, можно сказать, что основными принципами сетевых форм взаимодействия выступают: инициативность и добровольность участия широкого круга социальных акторов (индивидов, общностей и групп, организаций); их потребность во взаимовыгодных обменах, выраженная в системе долгосрочных и краткосрочных целей; гибкость, вариативность и многослойность сетевых структур, ориентированных на реализацию этих целей. Немаловажным принципом взаимодействия является ориентация сетевых субъектов на

использование распределенных (по территории, отраслевым кластерам, организациям, социальным общностям и пр.) ресурсов [8. С. 247].

Содержание и технологии сетевого взаимодействия, как взаимосвязь различных компонентов совместной образовательной деятельности, сформулировала в своей работе Т. А. Зубарева: 1) совместное планирование экспериментальной работы; 2) совместное проектирование образовательной сети; 3) единое методическое сопровождение в образовательной сети; 4) групповая рефлексия и анализ видов образовательной деятельности, коллективная экспертиза; 5) коллективные разработки в процессе обучения и повышения квалификации, в проектировании образовательной сети; 6) сетевые проекты и программы; 7) создание единой информационной среды; 8) конструирование и расширение системы горизонтальных связей, в том числе с внешними партнерами образовательной сети; 9) коллективные формы коммуникации; 10) управление образовательной сетью; 11) совместное принятие решений; 12) организация деятельности Ресурсного центра [3].

Одной из важных характеристик сетевого взаимодействия является масштаб. Современные университеты не просто интегрированы в сетевые взаимодействия, но и создают новую модель — «сетевой университет». В соответствии с этим выделяется следующая классификация:

1. Сетевые университеты с международным участием. К ним относятся сетевой университет БРИКС (объединение образовательных организаций высшего образования Бразилии, России, Индии, Китая и Южной Африки); сетевой университет ШОС (сеть существующих университетов в государствах-членах Шанхайской организации сотрудничества); сетевой университет СНГ (направлен на развитие академической мобильности студентов государств — участников СНГ по ряду образовательных программ); Евразийский сетевой университет. Разрабатываются предложения для создания других сетевых университетов подобного уровня [4].

2. Территориальные (региональные) сетевые университеты. Системы сетевых взаимодействий позволяют создавать сетевые университеты и в отдельных российских регионах. Их задачей является решение проблем регионального развития. Однако региональные и межрегиональные сетевые университеты могут повысить конкурентоспособность вузов и в рамках национального образовательного пространства. Примерами таких университетов является открытый сетевой университет Подмосквья, целью которого является организация доступного высшего образо-

вания для жителей Московской области; Башкирский сетевой университет, ориентированный на создание конкуренции федеральным университетам с целью сокращения оттока абитуриентов из региона и др.

3. Отраслевые сетевые университеты. Они, как правило, межрегиональные и ориентированы на достижение синергетического эффекта от внутриотраслевых обменов. Так, сетевой педагогический университет объединяет три педагогических вуза Поволжья и Урала (ПГГПУ, ЧелГПУ, БГПУ), сотрудничество которых выстроено по принципу дополнительности, имеет компенсаторный характер.

4. Сетевые университеты, созданные органами власти для реализации их задач. Например, сетевой университет Ростехнадзора (возник по инициативе Ростехнадзора по созданию сетевого университета в сфере промышленной, ядерной и энергетической безопасности), электронный муниципальный сетевой университет (возник как структура для переподготовки и повышения квалификации муниципальных служащих).

5. Внутриуниверситетские сетевые структуры. Примером такой сетевой организации является НИЯУ МИФИ, которым в рамках единого пространства сетевого университета создана многоуровневая система образования [8. С. 248–249].

Не менее интересной является отраслевая классификация сетевого взаимодействия. Предлагаемая модель подразумевает рассмотрение уже упомянутых нами процессов в другом измерении. Дифференциация идет по трем направлениям, которые описываются принципом «образование — производство (бизнес) — государство». Данная схема взаимодействия хорошо известна по всему миру как формула успешного развития в сфере образования и науки. Формы связи между учебными заведениями мы достаточно подробно описали в первой части публикации. В связи с этим на пункте «образование» мы не будем подробно останавливаться и перейдем к двум другим.

Сетевые взаимодействия с бизнесом — одна из перспективных моделей сетевого развития системы «высшее образование — бизнес», в создании которой есть определенные успехи. Однако в целом в настоящее время она малоэффективна в силу ряда причин. Невостребованность экономическими институциональными субъектами научного, инновационного, образовательного потенциала высшего образования создает негативный тренд в ее развитии. Государственное финансирование высшего образования, его иерархизация и жесткое подчинение ограни-

чивают сферу свободы во взаимодействии с бизнесом, который, в свою очередь, зависимый от государственных инвестиций, не ориентирован на создание долгосрочных проектов с системой высшего образования. Кроме того, существует выраженная неудовлетворенность бизнеса общими тенденциями в развитии высшего образования, тем продуктом, которое оно «производит», т. е. образовательными, компетентностными параметрами молодых специалистов, появляющихся на рынке труда.

Компетентностный подход как язык коммуникации высшего образования и бизнеса пока не освоен и не работает в качестве эффективного инструмента совместной деятельности. Реализация этого подхода не удовлетворяет ни ту, ни другую стороны. Для высшего образования — это часто набор малообоснованных формальных правил, для бизнеса — жесткие, статичные, консервативные параметры, на которые ориентируется образование, не учитывающее реалии быстро меняющегося мира.

Ситуация осложняется еще и тем, что в условиях кризиса востребованность выпускников резко сокращается, ориентация крупного, среднего и малого бизнеса на серьезные вложения в систему высшего образования и долгосрочные проекты минимизируется. В этих условиях роль государственного управления должна возрастать, но мы сталкиваемся с ситуацией ограниченных усилий госструктур по стимулированию и бизнеса, и высшего образования к установлению тесных связей и налаживанию эффективных взаимодействий в рамках долгосрочного партнерства.

Вузы федерального подчинения часто оказываются «выключенными» из системы взаимодействия с региональным бизнесом в силу проблем нормативного регулирования их взаимодействия. Региональная образовательная политика не имеет в качестве своих приоритетов формирования этих межинституциональных связей, что ведет к деградации ряда направлений в региональном развитии. Более того, в рамках долгосрочных программ социально-экономического развития страны ориентация на изменение формата и механизмов межинституциональных взаимодействий бизнеса и высшего образования не прослеживается.

В связи с этим возникает вопрос об эффективности институционального взаимодействия высшего образования и власти. Дисфункции этой связи проявляются в разрыве между общефедеральной системой регулирования высшего образования и потребностями регионов и макрорегионов в его участии в качестве драйвера инновационного регионально-

го развития. Очевидно, что реформирование высшего образования приводит к институциональным изменениям, которые противоречат логике развития высшего образования в регионах. Более того, высокий уровень бюрократизации и иерархизации всех управленческих процессов тормозит развитие горизонтальных сетевых взаимодействий образования, бизнеса и региональной власти, снижает гибкость, вариативность сетевых структур, необходимых для реализации конкретных задач инновационного развития [8. С. 249–250].

На базе вышеприведенных классификаций исследователями Казанского национального исследовательского технологического университета была предложена модель сетевого взаимодействия, основанная на четырех подходах к интернационализации: декларативном (уровень 1), поисковом (2), организационном (3) и продуктивном (4) [1].

В Российской Федерации уже на законодательном уровне постепенно создаются предпосылки для развития сетевых проектов. В статье 15 Федерального закона «Об образовании в Российской Федерации» регулируются основы сетевой формы реализации образовательных программ. При этом в законе сетевая форма определяется как обеспечивающая «...возможность освоения обучающимся образовательной программы с использованием ресурсов нескольких организаций, осуществляющих образовательную деятельность, в том числе иностранных, а также при необходимости с использованием ресурсов иных организаций» [7].

В XXI в., когда глобализация затрагивает все стороны жизни человека, а интернационализация образования становится ответом общества на глобализационные вызовы, сетевое взаимодействие приобретает особое значение. В контексте создания партнерских связей между странами сетевое взаимодействие может стать эффективным инструментом продвижения сотрудничества на уровне отдельно взятых регионов. Не последнюю роль здесь играют учреждения высшего профессионального образования, особенно университеты, реализующие инженерные программы. Современные вузы, реагируя на глобальные изменения на международном рынке труда, вынуждены отвечать новым условиям к подготовке современных конкурентоспособных специалистов. Интернационализация инженерного образования выступает в качестве одного из инструментов адаптации академического научно-образовательного пространства к реалиям нашего времени, одновременно представляя собой феномен, процесс и тенденцию развития высшего образования.

Сетевое взаимодействие при этом становится принципом развития сотрудничества между региональными партнерами разных стран [6].

Литература:

1. **Безруков, А. Н.** Разработка модели сетевого взаимодействия региональных вузов [Электронный ресурс] / А. Н. Безруков, А. С. Сухристина, Ю. Н. Зиятдинова // Современные проблемы науки и образования. — 2016. — № 4. URL: <http://science-education.ru/ru/article/view?id=24928> (Дата обращения: 01.11.2019).

2. **Бутенко, Я. А.** Механизмы сетевого управления распределенным университетом / Я. А. Бутенко, Т. П. Данько, В. В. Масленников и др. — М. : Русайнс, 2014.

3. **Зубарева, Т. А.** Сетевые формы взаимодействия в образовании. Основные вопросы теории и практики: монография / Т. А. Зубарева, А. В. Петров. — Горно-Алтайск: МНКО, 2008.

4. **Краснова, Г. А.** Опыт базовой организации в области информационного обеспечения сетевого университета СНГ / Г. А. Краснова, Н. В. Сюлькова // Высшее образование в России. — 2012. — № 1. — С. 111–119.

5. **Лебедев, А. О.** Сетевое взаимодействие стран СНГ в сфере образования как форма региональной интеграции / А. О. Лебедев // Научные ведомости. Серия: История. Политология. Экономика. Информатика. — 2013. — № 15 (158). — Вып. 27/1. — С. 25–31.

6. **Осипов, П. Н.** По пути интернационализации инженерного образования (опыт КНИТУ) / П. Н. Осипов, В. Г. Иванов, Ю. Н. Зиятдинова // Высшее образование в России. — 2014. — № 3. — С. 117–123.

7. Российская Федерация. Законы. Об образовании в Российской Федерации: Федеральный закон от 29.12.2012 г. № 273-ФЗ (в ред. от 26.07.2019 г.) [Электронный ресурс]. URL: [http:// https://fzrf.su/zakon/ob-obrazovanii-273-fz/st-15.php](http://https://fzrf.su/zakon/ob-obrazovanii-273-fz/st-15.php) (Дата обращения: 01.11.2019).

8. **Шуклина, Е. А.** Высшее образование в контексте сетевой теории: особенности сетевых взаимодействий с другими институциональными субъектами / Е. А. Шуклина, Д. Г. Оганесян // Стратегии развития социальных общностей, институтов и территорий : материалы III Международной научно-практической конференции. Екатеринбург, 21–22 апреля 2017 г. : в 2-х т. — Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2017. — Т. 1. — С. 247–250.

9. The Sociology of Economic Life / Eds. M. Granovetter, R. Swedberg. — Boulder: Westview Press, 1992.

**О гражданской позиции семьи русско-американского
культуролога П. А. Сорокина в годы
Второй мировой войны**

E. G. Ovchinnikova

**On the civic position of the family of the Russian-American
culturologist P. A. Sorokin during the Second World War**

Аннотация. В статье рассматривается созидательный альтруизм, проявленный в годы Второй мировой войны семьей русско-американского социолога, культуролога П. А. Сорокина, высланного в 1922 г. из советской России и лишенного прав у себя на Родине. Он нашел выражение в призывах Питирима Сорокина объединить усилия всех стран против нацизма и публичной поддержке им советского государства как ученым, имеющим мировую репутацию, а также в организации семьей Сорокиных практической помощи советскому народу через различные общественные организации.

Ключевые слова: гражданская позиция, социальный альтруизм, Фонд помощи воюющей России, солидарность с Россией, объединение усилий против нацизма.

Abstract. The article discusses the constructive altruism shown during the Second World War by the family of the Russian-American sociologist, culturologist P.A. Sorokin, who was expelled from Soviet Russia in 1922 and deprived of his rights in his homeland. He found expression in the appeals of Pitirim Sorokin to unite the efforts of all countries against Nazism and their public support of the Soviet state as a scientist with a worldwide reputation, as well as in the organization of practical help by the Sorokin family to the Soviet people through various public organizations.

Key words: citizenship, social altruism, Russian War Relief, RWR, solidarity with Russia, joining forces against Nazism.

Выдающийся русско-американский мыслитель, социолог и культуролог Питирим Александрович Сорокин (1889–1968) родился в России, в селе Турья на территории современной республики Коми. В 1914 г. он окончил юридический факультет Петербургского университета, где

затем преподавал, защитил диссертацию, был избран профессором. В 1922 г. был выслан из страны вместе с большой группой деятелей русской культуры. Некоторое время преподавал в Русском университете в Праге. В 1924 г. стал профессором университета Миннесоты (США).

В 1931 г. основал и возглавил социологический факультет в Гарвардском университете, а в 1965 г. стал президентом Американской социологической ассоциации.

Супруга П. Сорокина, известный ученый-цитолог, Елена Петровна Сорокина (Баратынская) (1894–1975) также родилась в России, закончила Петроградский университет. После изгнания вместе с мужем из России начала работу над докторской диссертацией в Пражском университете, в 1925 г. защитила ее в университете Миннесоты (США) и продолжила исследования в Массачусетсе.

В США у Сорокиных родились дети Петр¹ и Сергей². Жила семья Сорокиных в Винчестере (Массачусетс), в доме, где до сих пор проживает их младший сын Сергей Питиримович Сорокин, продолжающий сегодня бережно хранить наследие отца. Для этого в апреле 2011 г. в США был создан Фонд Питирима Сорокина, одной из задач которого является популяризация научного творчества П. Сорокина.

Одним из ярчайших примеров проявления созидательного альтруизма в годы Второй мировой войны стала деятельная реализация гражданской позиции семьи Сорокиных — русских эмигрантов, проживавших в США.

Как реакция на нападение фашистских захватчиков на СССР с осени 1941 г. в США развернулось общественное движение по поддержке героически сражавшегося советского народа. 11 сентября 1941 г. был образован Фонд помощи воюющей России (Russian War Relief, RWR) [1. С. 1]. Во многих штатах стали открываться его отделения. Эта неправительственная общественная организация ставила своей задачей гуманитарную помощь и сбор пожертвований для советского народа. Е. П. Сорокина являлась руководителем Винчестерского и членом правления Массачусетского комитетов RWR. Во многом именно благодаря активному участию в работе этого фонда Сорокины на протя-

¹ Петр Питиримович Сорокин (1931–2015) — ученый-физик, исследователь в области лазеров, обладатель нескольких престижных премий по физике, долгое время проработал в ИВМ, член наблюдательного совета Фонда Питирима Сорокина в США.

² Сергей Питиримович Сорокин (р. 1933) — американский ученый-цитолог, профессор Гарвардского и Бостонского университетов, композитор.

жении Великой Отечественной войны могли реализовать свою потребность помочь как можно большему числу людей на Родине.

Конечно, то, что могла сделать одна семья, ничтожно в сравнении с масштабом тех бедствий, которые испытали народы воюющих стран, но в данном случае ценность представляет сам факт солидарности с Россией и готовность приложить максимум собственных усилий ради победы. Позицию семьи Сорокиных в годы войны следует рассматривать не только с точки зрения их собственной оценки происходящего, но и в широком контексте исследований отношения русской эмиграции к борьбе с фашизмом. Достаточно вспомнить, что русская эмиграция в годы войны оказалась разделенной на несколько непримиримых идеологических лагерей и многие эмигранты видели в нападении Германии на СССР возможность ликвидации сталинского режима, и поэтому равнодушно, а иногда и положительно относились к войне против Советского Союза. Призывы Питирима Сорокина объединить усилия всех стран против нацизма и публичная поддержка им Советского государства как ученым, имеющим мировую репутацию, с самого начала Великой Отечественной войны выглядит в этом контексте далеко не рядовым событием.

Организация семьей Сорокиных практической помощи Советскому Союзу в годы войны — малоизвестный факт, который выходит за рамки ординарного события, учитывая гражданский статус Сорокина как эмигранта, лишённого прав у себя на Родине.

Питирим Александрович и Елена Петровна Сорокины, как и многие другие эмигранты, своей деятельностью показали образец проявления высокой нравственности, альтруизма, преданности русской культурной идентичности. После того как их выслали из страны и хотели «стереть» их имена, они не разорвали связь с Родиной, а стремились оказать любую максимально возможную помощь своему народу в тяжелые годы войны.

Как отмечают многие гости дома в Винчестере, в котором жила семья Сорокиных и в котором теперь живет их младший сын Сергей Питиримович, помещение буквально пропитано всем русским. По сей день дом сохранен таким, каким он был при родителях Сергея: картины Добужинского во всю стену с видами Санкт-Петербурга и Москвы, старинный самовар, балалайка и прочие предметы российской утвари; старенький клавесин в прихожей и большой концертный рояль в ком-

нате, где висят портреты матери и отца Елены Баратынской и Никиты Сорокина, партитуры Чайковского, Рахманинова, Мусоргского, огромный кабинет отца, сохраняющийся таким, каким он был в 1968 г., в год смерти Питирима Сорокина.

В некрологе, подписанном ведущими американскими социологами, отмечались многочисленные научные и педагогические заслуги П. А. Сорокина, но особенно было подчеркнуто, что любовь к России и русскому народу была постоянной в течение всей его жизни.

Литература:

1. **Кротов, П. П.** От войны к миру: у истоков теории созидательного альтруизма Питирима Сорокина / П. П. Кротов, А. Ю. Долгов; Центр «Наследие» им. Питирима Сорокина. — Сыктывкар; Вологда : Древности Севера, 2011.

УДК 94

Д. А. Патрушева

Освещение кризисных явлений на Украине в 2013–2018 гг. в британских периодических изданиях¹

D. A. Patrusheva

The Ukraine crisis 2013–2018 in British recurrent publications

Аннотация. В статье рассматривается проблема объективного освещения информации в СМИ на примере кризиса государства Украина в 2013–2018 гг. в британской прессе. Дается характеристика особенностей работы прессы Великобритании и рассматриваются конкретные примеры публикаций относительно затронутой темы.

Ключевые слова: британские СМИ, Украинский кризис, объективность.

Abstract. The article considers the problem of objective media coverage, using the example of the Ukraine crisis in 2013–2018 in the British mass-media.

¹ Статья представлена научным руководителем кандидатом исторических наук, доцентом кафедры истории и регионоведения А. Б. Гехтом.

The article describes the peculiarities of the British press working and considers specific examples of publications on the subject..

Key words: the British mass-media, the Ukraine crisis, objectivity.

В эпоху постиндустриального общества информация играет ключевую роль, а каналам ее передачи уделяется все больше внимания. Исследование показало, что средства массовой информации обладают огромной властью, представляя публике новости так, как это выгодно политическим и финансовым элитам, профессионально играя на эмоциях и чувствах аудитории, тем самым легко манипулируя сознанием людей. О происходящем в мире общество может узнать лишь из новостных сводок, за тем редким исключением, когда есть возможность получить информацию напрямую. Это дает немалый размах для фантазии мировым изданиям, так как преподнести информацию объективно всегда непросто, а журналисты зачастую подтасовывают информацию, порой меняя черное на белое и наоборот. Эта процедура становится проще, когда события носят глобальный характер и для их понимания требуется немалый багаж знаний по рассматриваемому вопросу. Таким образом, большая часть информации, преподнесенная гражданам СМИ, является полностью или частично фальсифицированной, при этом факт фальсификации остается незамеченным.

Более того, в эпоху расцвета информационных войн можно смело говорить о том, что СМИ являются одним из важнейших инструментов воздействия на массы. Они способны не только выполнять свою прямую функцию — доносить информацию, но и при умелом использовании способствовать политическому уничтожению влиятельных людей, а также поднять бунт внутри государства и настроить общество против отдельно взятых стран.

Если проводить более конкретное исследование периодических изданий, и провести выборочный анализ наиболее известных газет Великобритании (“The Times”, “The Guardian”, “The Daily Mirror” и “The Sun”), каждая из которых придерживается определенных политических взглядов (консервативного или лейбористского), а также позиционируется как качественная или популярная пресса, можно определить, насколько объективно британские журналисты печатных периодических изданий передавали информацию о кризисе, произошедшем на Украине в 2013–2015 гг.

Одной из основных задач данного исследования является самостоятельное изучение английской прессы на языке оригинала. Так как смысл иногда искажается переводчиками, что приводит к некорректным трактовкам, автор самостоятельно осуществил перевод источниковой базы. Выбранный метод позволил сделать объективные выводы по рассматриваемой теме.

Ни для кого не секрет, что Украинский кризис вызвал резонанс общественности не только в Великобритании, но и во всем мире, более того, он способствовал ухудшению взаимоотношений Соединенного Королевства и России. Британия, как и ряд других государств, поддержала версию событий правительства Украины, вместе с тем в английской прессе регулярно появлялись статьи, серьезно противоречащие официальной версии событий, т. е. тому, что РФ принимала участие в организации Евромайдана.

Как указывалось выше, печатные издания Великобритании делятся на качественную прессу и таблоиды. Первые отличаются большей сдержанностью, аналитическим характером публикаций, более высоким уровнем достоверности фактов и наличием обоснованных мнений, а также деловым стилем статей. Вторые — поверхностной и эмоциональной составляющей своих статей, низкой ценой, яркими заголовками, обилием карикатур [1].

Качественная пресса, к которой относятся “The Times”, “The Guardian” и “The Daily Mirror”, в освещении событий, в том числе Украинского кризиса 2013–2015 гг., преимущественно старается придерживаться нейтральной стороны, оставляя своей аудитории сухие факты и возможность самостоятельно делать выводы. При этом первая полоса таблоидов, как “The Sun”, склонна пестрить разными громкими и огульными заголовками, зачастую не отражающими существующую действительность. Ярким примером тому была реакция британских средств массовой информации на упавший Боинг на территории ДНР, так как уже на следующий день в произошедшем была обвинена Российская Федерация и лично В. В. Путин. Данное событие наиболее четко иллюстрирует позицию и реакцию английской прессы на события на Украине [2; 3; 4].

В самом начале Украинского кризиса, в 2013–2015 гг. газеты Соединенного Королевства более активно следили за всем происходящим в рассматриваемом государстве, чем в 2016–2017 гг. Немалое количество публикаций в выбранных для исследования газетах было преимуще-

ственно негативно настроено против России, поддавшись точке зрения нового украинского правительства, обвинившего Россию во вмешательстве в свои внутренние дела. Это связано с тем что поиск внешнего врага способствует объединению нации и стабилизации внутренней обстановки государства и его политической жизни. Именно с такой позицией согласились мировые СМИ, в частности британские.

Еще одним поворотным моментом в освещении рассматриваемого кризиса является проведение референдума о присоединении Крыма к России. Новую волну негатива со стороны украинской прессы поддержали британские газеты, публикуя информацию о незаконности проведения референдума, нарушениях во время голосования и санкциях, которые последовали сразу за подведением итогов.

Начиная с ноября 2015 г. оценочные суждения о противоправных действиях России стали отходить на второй план. Журналисты вновь приняли нейтральную сторону, объективность и многосторонность встала на первое место. Журналист “The Daily Telegraph” Кристофер Букер затронул тему вины в случившемся Евросоюза, при этом не поддерживая российскую сторону, а объясняя причины конфликта и прогнозируя его возможное решение, что говорит об усталости общества от затянувшегося конфликта.

Так как риторика британской прессы в течение 2015 г. изменилась, не сумев придерживаться изначальной точки зрения, она потеряла часть читателей. Таким образом, сложилась гротескная ситуация: поскольку газеты не смогли на протяжении всего конфликта придерживаться изначальной точки зрения и не могли больше закрывать глаза на очевидные факты, противоречащие официальной версии, они потеряли часть читателей. Многие перестали слепо доверять тому, что написано в статьях, особенно освещавших кризис на Украине.

Следует отметить ряд ключевых итогов: во-первых, кризис на Украине 2013–2015 гг. вызвал большой резонанс в британской прессе, о чем свидетельствует количество публикаций, касающихся этой темы (54 920). Во-вторых, в статьях активно обсуждались взаимоотношения России и Украины, что способствовало ухудшению имиджа и снижению уровня лояльности со стороны читателей к Российской Федерации и улучшению взаимоотношений с Украиной. В-третьих, корреспонденты неоднократно посещали места событий, что свидетельствует о повышенном интересе британских читателей к происходившему на территории Украины.

Таким образом, наглядно прослеживается, что британская пресса перешла в середине конфликта от резко негативного к нейтральному и объективному освещению новостей. Был проделан довольно тернистый путь, через предвзятое отношение журналистов, опровержение своих же статей и резкую смену политики в отношении двух обсуждаемых государств. В целом это говорит о том, что в британском обществе больше ценится объективная и справедливая пресса, чем яркие и кричащие заголовки.

Литература:

1. Пресса Великобритании // Библиофонд.ру: [Электронный ресурс]. URL: <http://www.bibliofond.ru/view.aspx?id=524773> (Дата обращения: 10.11.2019).
2. The Daily Mail: [Электронный ресурс]. URL: <https://www.dailymail.co.uk/home/index.html> (Дата обращения: 10.11.2019).
3. The Guardian: [Электронный ресурс]. URL: <https://www.theguardian.com/international> (Дата обращения: 10.11.2019).
4. The Sun: [Электронный ресурс]. URL: <https://www.thesun.co.uk/> (Дата обращения: 10.11.2019).

УДК 7.011

В. Л. Селивёрстов

**Заметки профессионального дилетанта 4.0:
«Вне жанра» и «Трудно быть...»**

V. L. Seliverstov

**Remarks of professional dilettante 4.0:
“Outside of genre” and “difficult to be ...”**

Аннотация. Этой статьей автор продолжает знакомить заинтересованного читателя с деятельностью киноклуба в СПбГУТ под руководством преподавателя философии.

Ключевые слова: философия, кинематограф, эстетика, Средневековье, современное российское и зарубежное кино, М. МакДонах, А. Герман.

Abstract. This article the author invites interested readers to get acquainted with main content of the SUT in the film club under the guidance of a teacher of philosophy.

Key words: philosophia, cinema, aesthetics, the Middle Ages, modern Russian and foreign cinema, M. McDonagh, A. German.

В этом году в нашем студенческом киноклубе дилетантов и бескорыстных любителей прекрасного прошло несколько давно отложенных просмотров — своеобразная ретроспектива двух фильмов Мартина МакДонаха и одного Алексея Германа-старшего.

Зарубежные картины не вызвали больших трудностей в понимании основных идей режиссера, а отечественное кино оказалось довольно тяжелым как в созерцании, так и в объяснении. Во втором случае обмен мнениями «на равных» вообще оказался невозможным. То, что доступно старшему поколению, благодаря минимальному знакомству с историей и жизненными ситуациями на своем опыте, оказывается «закрытым» или «зашифрованным» для молодого поколения начала XXI столетия.

Ключ к пониманию символического языка художника автоматически или «генетически» вместе с родной речью не передается. Вспоминается фраза мальчика, отлившего новый колокол в «Андрее Рублеве» А. Тарковского: «секрет-то отец мне не передал...».

Итак, сначала об эстетическом восприятии Средневековья глазами западного художника, а затем русского классика советского и российского кино.

Вне жанра

Навязать какую-либо определенную классификацию фильмам МакДонаха невозможно. “In Brugge” (2007) (перевели как «Залечь на дно в Брюгге») и «Три билборда на окраине...» (2017) (“Three billboards outside...” — кстати, не так важно, «на отшибе» чего именно — такая история могла случиться с кем угодно и где угодно) вполне интернациональны и универсальны относительно времени действия. И, впрочем, вполне иррациональны, как многие наши поступки в необычных и даже в обычных ситуациях. В фильмах этого режиссера, как мне представляется, заметно стираются границы мира. Такие истории, как мы теперь понимаем, могут происходить не только в Миссури, но и в Твери, и в Казани. Разве что в первом сюжете присутствует легкая ирония над разжиревшими американскими туристами (в глазах европейцев, очевидно, что любителями фастфуда). Ни критика, ни зрители не берутся определить точно жанр картины, а, значит, эти истории так и останутся своеобразной «костью в горле» или «соломиной в глазу», мешающей

благополучно забыть увиденное. Дополнительную интригу создают открытые финалы в обеих картинах. Так, в «Трех билбордах» выгнанный со службы полицейский после блестящего по исполнению сбора компромата не обязательно вернется на службу, а решимость главной героини наказать преступника не означает, что будет совершен еще один акт насилия. Остановимся подробнее на первом фильме.

«В Брюгге» происходит, казалось бы, рядовая история, рассказанная с большой симпатией к обыкновенным людям, населяющим не только этот самый Брюгге. Правда, выясняется, что за внешностью вполне домашней и уютной владелицы гостиницы может скрываться женщина безумной храбрости, почти фурия, а на съёмочной площадке — сплошь потребители кока и травы, которые «толкает» киношникам вполне симпатичная девушка Хлоя без определенных занятий. Посетители баров женского пола приехали сюда «на заработки» из Амстердама. А английские туристы, прибывшие в канун Рождества, — гангстеры. Причем один из них должен убить другого. Почему именно в Брюгге? — Объяснение, которое дает Кену (старшему из них) босс Гарри, не менее абсурдное: чтобы молодой проштрафившийся напарник Рэй смог напоследок «надышаться» и проникнуться красотой средневекового европейского города. Этакая эстетически возвышенная любовь к прекрасному со смертельным исходом.

И действительно, под Рождество Брюгге становится воронкой ада, втягивающей всех, кто причастен так или иначе сюжетной линии (оправдывая название картины, но не перевод). К концу фильма никто — ни Рей, ни Хлоя, на даже канадцы, нахамившие Рэю, ни толстые американцы (один из них оказался из-за упрямства в реанимации), ни босс Гарри, сорвавшийся с места в жажде убить Рэя лично — никто не сможет покинуть город. В эпилоге главный герой прямо так и скажет: «может быть это и есть ад — так и остаться навсегда в этом е**чем [грёбаном] Брюгге?» Вся история разворачивается на фоне безупречно красивого города, сохранившего очарование Средневековья. Кен падает и разбивается насмерть с открывающей удивительно красивый вид на город ратуши, погоня за Рэем происходит по ночному городу в необыкновенно праздничной иллюминации, а в заключительной сцене, где, наконец, Гарри его настигает и застреливает подвернувшегося случайно (?) карлика и гибнет сам, редкими большими хлопьями медленно кружится, падает и не тает снег...

Что скрывается под личиной стерильного благополучия каждого европейца/американца/канадца (etc.)? В чем больше человечности: в декларации справедливости и равноправия перед законом, вопреки здравому смыслу, или в поступках, совершаемых ради ближнего вопреки всем декларациям и правилам?

Мартин МакДонах, очевидно, выбирает человека таковым, какой он есть, вне той мишуры свобод и правил, навешанных на него цивилизацией в качестве пустых, по существу, обещаний. И потому обращение к человеческой природе может быть показано вне заранее заданного плана или вне жанра.

Трудно быть...

Созерцание картины Алексея Германа-старшего «Трудно быть богом» (2013) вряд ли может сопровождаться тем, что называется «удовольствием от просмотра». Сочетание фантастического средневековья чужой (?) планеты из одноименной книги братьев Стругацких с антуражем документально фиксируемых и вполне реалистически воспроизводимых деталей быта, людских желаний и поступков никого не оставляет в нейтральном «тепло-хладном» равнодушии. Абсолютному большинству рядовых зрителей картина показалась непонятной и к тому же оттолкнула своей нарочитой эстетикой нечистот и разложения. Собственно, это первое испытание, которое предполагалось выдержать тем, кто попытался продрасться сквозь липкую грязь человеческой природы во всех смыслах этого слова, чтобы услышать и увидеть послание режиссера.

Второе и, наверно, более важное испытание — это не разочароваться в человеке как таковом. Если мир наш ничем не отличен от выстроенного в предместьях Праги на развалинах замка европейского средневековья, то как мы еще живы и не уничтожили сами себя любым из известных нам способов? Может быть, за нами действительно «присматривают», чтобы мы этого над собой не совершили? Повод так понимать картину — в избранном операторском приеме камеры-наблюдателя, на которую все время откликается событие, показываемое в режиме «реального времени». Собственно, жители Арканара (столицы Запроливья чужой планеты) «знают» о наличии наблюдения за ними, как можно понять с одной из первых сцен в прологе. Беременная дама выходит на прогулку в сопровождении свиты. Один из сопровождающих ее прямо обращается к наблюдателю-зрителю и в пошловатой жестикуляции объясняет произошедшее с этой женщиной.

Примерно так же ведут себя практически все персонажи при приближении или «наезжании» камеры. В камеру постоянно заглядывают рабы дона Руматы, а в конце фильма и он сам несколько испуганно оборачивается с возгласами «а, что?». Достигается эффект присутствия зрителя прямо на съемочной площадке и в гуще события. Мы как бы видим все, что происходит, в режиме реального времени. Кстати, этот же прием иногда применяется режиссером и оператором в картине более ранней — «Хрусталева, машину!» (1998).

Сам Алексей Герман неоднократно говорил о родстве этих картин не только в эстетическом, фактурном плане, но и тематической связанности. Хронологически — это еще и «постсоветский Герман», так как обе сняты уже после краха Союза. Противостояния Системе в выборе сюжета и эстетической подаче событий повествования, как это было, например, в «Лапшине», уже как бы нет. Но остались те, кто продолжает врать самим себе и последующим поколениям о «трудном и славном боевом прошлом» и «светлом ближайшем будущем», врать — ибо редко называется подлинная цена этой «славы» и обещаемого «светлого будущего». И если «Хрусталева, машину!» — это этическая ретроспектива русской (советской) души, то «Трудно быть богом» — некое творческое завещание с эстетической оценкой настоящего. И эстетика эта шокирует тем более, чем менее мы готовы понимать ее прямую зависимость от внутреннего этического мира человека.

Фильмы Алексея Германа невозможно воспринимать вне контекста событий XX в. Для того чтобы видеть, как говорит критика, «слои» поздних картин Германа, зрителю необходим исторический контекст эпохи. Сюжет «Хрусталева» непонятен без конкретного знания обстановки 1953 г. и обстоятельств смерти Сталина, а также отдельных деталей быта советской интеллигенции, воспроизведенной в окружении главного героя. Второй — подразумевает знание содержания одноименного романа братьев Стругацких. Вообще, обе картины не для кассового потребления и требуют готовности понимать не всегда приятные вещи.

Все его картины про нас и нашу историю, скрываемую либо нами же самими от себя, либо теми, кто брал на себя роль бога и вершителя истории от нашего имени. Узнавание всегда в таком случае болезненно, но необходимо. Мы боимся помнить и знать о себе нечто постыдное, совершенное не только нами, но и нашими родителями, дедами и прадедами. И этот страх оказывается проекцией в безликое будущее. У ада, который

выстроен из постыдных тайн коридоров и подвалов рабствующих душ, будущего быть не может. В обеих картинах главный герой как бы ведет за собой камеру по бесконечным проходам и пролазам, открывая потайные ходы либо давно заколоченные выходы/входы, куда без него нам было бы отказано войти. Разумеется, это художественный прием, показывающий, что хранимое в тайниках души русского человека (у кого — что) рано или поздно будет явлено. Врач Кленский в «Хрустале» уходит от преследования через подвал и больничный морг, а дон Румата выводит местного мудреца Будаха из казематов и запутанных коридоров Веселой башни, чтобы задать ему вопрос Гамлета — «быть или не быть» Арканару?

Избранный режиссером стиль черно-белого контрастного изображения подчеркивает, или как бы документально свидетельствует то, что следует зрителю запомнить. Кинокритика с большим восхищением отмечала подробное и буквально живописное воспроизведение деталей средневекового быта и аллегорий ада с картин Босха и Брейгеля. По отзывам, знаменитый знаток Средневековья Умберто Эко три дня отходил от увиденного, после чего изрек, что, мол, ужасы Квентина Тарантино — это Дисней в сравнении с картиной Германа.

Алексей Герман во время съемок всегда старался снять с советского человека, каковым, разумеется, было большинство актеров, маску благополучия и даже личной актерской состоятельности. «Великим» у него было нечего делать. Играть нужно было в крайнем напряжении и неестественно стесненных для постановочной сцены обстоятельствах — только так, по Герману, можно выйти к оголенной правде события. «Играть, почти не играя» — фраза, которую вспоминают многие актеры. Тогда истинное эмоциональное напряжение и мотивы поведения не могут быть прикрыты стороной «необходимостью» или навязанными «обстоятельствами», но выходят на поверхность. Так воспроизводится на экране аллегория исторического события, о котором невозможно ничего узнать по существу из учебника по истории, написанного отстраненным способом третьим лицом. Мы видим само событие, а не отношение к нему актеров или кого-то еще. И правда нашего внутреннего мира оказывается весьма неприглядной. Эстетика его картин точно совпадает с этическими провалами души многих поколений советских людей.

Вообще судьба человека в XX в. вряд ли складывалась из лжи или полуправды, гладко изложенной избежавшими «чудесным образом» гибели персонажами. Скорее, она соткана из падений и медленных подъ-

емов с колен и, в итоге, оказывается ответом на истинные желания или мотивы души. Финал обеих картин разный, но в главном — схожий. Кленский в «Хрустале» после падения с высоты обожания и уважения и крайне скотского унижения, а затем внезапной реабилитации властью, уходит «в народ», сливаясь с низами общества, т. е. оказывается там, где повторно ему уже не придется падать и проходить заново тот же путь. Антон-Румата, напротив, остается на чужой планете, где не сумел выполнить миссию безучастно «наблюдающего» бога. Не став богом, он не желает оставаться и человеком в обычном земном измерении, так как после устроенной им резни «вернуться» к людям он уже не может — на Земле ему места нет. У обоих героев есть опыт неестественного или запредельного для обычного рядового члена общества. И этот опыт никак не применим в обыденной жизни. И, пожалуй, единственным собеседником людям, прошедшим путь Кленского или Антона, мог быть только сам Бог... Но тогда мы покидаем художественную мастерскую Алексея Германа, ибо в его эстетическое восприятие, как, впрочем, и большинства людей советской эпохи, вечность не вписывается. Трудно быть зрителем такой картины...

Вообще — трудно быть...

УДК 342.5

А. М. Сухарева

Конституционно-правовой статус Уполномоченного по правам человека в Российской Федерации

А. М. Sukhareva

Constitutional legal status of the Commissioner for Human Rights in the Russian Federation

Аннотация. В данной статье рассматривается конституционно-правовой статус Уполномоченного по правам человека Российской Федерации. Исходя из анализа его полномочий автор делает вывод, что Уполномоченного по правам человека и его аппарат в России нельзя отнести к органам

государственной власти, скорее всего его фактический статус на сегодняшний день имеет консультативный характер.

Ключевые слова: Уполномоченный по правам человека, орган государственной власти, конституционно-правовой статус.

Abstract. This article discusses the constitutional status of the Commissioner for Human Rights of the Russian Federation. Based on the analysis of his powers, the author concludes that the Commissioner for Human Rights and his apparatus in Russia cannot be attributed to state authorities, most likely his actual status today is advisory in nature.

Key words: Commissioner for Human Rights, public authority, constitutional status.

В Конституции Российской Федерации нет статьи, которая была бы посвящена конституционно-правовому статусу Уполномоченного по правам человека в Российской Федерации [3]. Федеральный конституционный закон «Об Уполномоченном по правам человека в Российской Федерации» закрепляет, что сам Уполномоченный по правам человека в России и его аппарат представляют собой государственный орган с правом юридического лица [5].

Однако стоит отметить, что категория «государственный орган» в российском законодательстве до сих пор не раскрыта.

Сама же должность Уполномоченного по правам человека представляет собой «государственную должность, учрежденную для непосредственного исполнения полномочий возглавляемого федерального органа государственной власти» [6].

Примечательно, что нормативно не уставлено, являются ли категории «государственный орган» и «орган государственной власти» синонимичными, или все-таки законодатель усматривает в них разницу.

В 1997 г. Конституционный суд поднял вопрос о соотношении этих двух категорий, однако четкой позиции по данному вопросу так и не дал [4].

В любом случае и «государственный орган», и «орган государственной власти» представляют собой учрежденную в государственном аппарате структуру, которая обладает определенным кругом властных полномочий для реализации возложенных задач и функций [2].

Исходя из этого понимания Уполномоченный по правам человека в Российской Федерации не является органом государственной власти, так как не обладает властными полномочиями, т. е. возможностью от

имени Российской Федерации принимать юридически значимые решения и добиваться их претворения в жизнь [1].

Суть же функционирования Уполномоченного по правам человека в Российской Федерации в том, что он дает рекомендации органам государственной власти, органам местного самоуправления и их должностным лицам относительно их деятельности, даже если по результатам его проверки он приходит к выводам, что своими решениями, действиями (бездействием) данные органы и их должностные лица нарушили права и свободы человека [4].

На основании вышесказанного, на наш взгляд, Уполномоченного по правам человека и его аппарат в России все-таки нельзя отнести к органам государственной власти, поскольку фактический статус его деятельность носит консультативный характер.

Литература:

1. **Евдошенко, А. П.** Место и роль Уполномоченного по правам человека в РФ в системе органов государственной власти / А. П. Евдошенко // Известия РГПУ имени А. И. Герцена. — 2009. — № 110.

2. **Магузов, Н. И.** Теория государства и права: учебник / Н. И. Магузов, А. В. Малько. — М. : Юристъ, 2004.

3. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993) (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 № 6-ФКЗ, от 30.12.2008 № 7-ФКЗ, от 05.02.2014 № 2-ФКЗ, от 21.07.2014 № 11-ФКЗ) // Официальный интернет-портал правовой информации: [Электронный ресурс]. URL: <http://www.pravo.gov.ru> (Дата обращения: 01.08.2014).

4. Определение Конституционного суда РФ от 29 мая 1997 года № 55-О «О прекращении производства по делу о проверке конституционности Указа Президента Российской Федерации от 2 октября 1996 года № 1412 «Об утверждении положения об администрации Президента Российской Федерации» // Российская газета. — № 108. — 04.06.1997.

5. Федеральный конституционный закон от 26.02.1997 № 1-ФКЗ «Об Уполномоченном по правам человека в Российской Федерации» // Российская газета. — № 43-44. — 04.03.1997.

6. Федеральный закон от 27.07.2004 № 79-ФЗ «О государственной гражданской службе Российской Федерации» // Российская газета. — № 162. — 31.07.2004.

**Британское военное присутствие в Эстонии.
1991–2018 гг.**

V. O. Terentev

British military presence in Estonia: 1991–2018

Аннотация. В статье представлен рост британского военного присутствия на территории Эстонской Республики в Балтийском регионе в постсоветский период, показаны место и роль эстонской армии и британского контингента в реализации концепции «Глобальной Британии» на территории бывших советских республик.

Ключевые слова: Эстония, «Глобальная Британия», Балтийский регион, НАТО.

Abstract. The article presents the increasing British military presence on the territory of the Republic of Estonia in the Baltic region in the post-Soviet period, as well as the place and the role of the Estonian army and the British contingent in the implementation of the concept of a «Global Britain» in the former Soviet republics.

Key words: Estonia, Global Britain, Baltic region, NATO.

Концепция «Глобальной Британии», реализуемая правительством Великобритании в последние годы, имеет своей целью политическое и военное доминирование Великобритании в мире посредством манипулирования субъектами международного права и общественным мнением с помощью информационной, когнициентальной и гибридной войн в сочетании с активными или вялотекущими боевыми действиями [1. С. 96–103]. Одним из основных способов реализации концепции является активная и всесторонняя информационная война. В рамках проекта “Army 2020” в апреле 2015 г. в Британской армии была создана 77-я бригада, задачей которой является круглосуточный мониторинг СМИ и социальных сетей, проведение психологических и идеологических операций в социальных сетях, обнаружение и реализация «ненасильственных методов ведения войны». Великобритания планирует возглавить НАТО, сделать его активным и наступательным вместо «сдерживающе-

го и оборонительного». Британское военное присутствие планируется быть глобальным [2].

Хронология военного присутствия Royal Force в Эстонии подразделяется на несколько этапов:

1) 1991–1994 гг. — период победы в холодной войне и развал СССР; активность британских спецслужб и политическая деятельность Великобритании в Эстонии;

2) 1994–2000 гг. — период становления однополярного мира под эгидой США; началось военное обучение британцами балтийских армий;

3) после кратковременного потепления российско-британских отношений в 2003–2008 гг. развился новый виток напряженности в ходе противостояния росту российского влияния на Европу; в июле 2008 г. спецслужбы Великобритании признали Россию третьей по степени опасности угрозой для страны после террористической организации Аль-Каида и Ирана;

4) 2008–2014 гг.— тенденция к многополярности, рост влияния ТНК; период характеризуется расширением участия Великобритании в военных учениях на территории Прибалтики, становлением военно-управленческой миссии в регионе;

5) с 2014 г. ведется массированная экономическая и информационная война против России, началось формирование и постепенная реализация концепции «Глобальная Британия». В новой редакции стратегии безопасности Великобритании 2015 г. Россия включена в список первоочередных угроз. Происходит непосредственное развертывание британских ВС в Эстонии.

Британское присутствие в странах бывшего СССР, в т. ч. и в Эстонии, имеет несколько векторов развития, преследующих одну цель — максимальное подчинение этих стран британским глобальным интересам.

В условиях повышенных требований британского и европейского общества и вооруженных сил к ведению боевых операций (мгновенное реагирование и минимизация собственных потерь) Великобритания намерена по-новому реализовать давно используемый исторический опыт применения колониальных войск. Свыше 200 лет в боевых действиях за интересы Соединенного Королевства участвовали гуркхи, индийцы, канадцы, австралийцы, африканцы и др. Игра на межнациональных противоречиях также была стержнем британской политики. В настоящее время при реализации концепции «Глобальной Британии» предпо-

лагается усиление военного сотрудничества со странами Содружества, а также другими странами с сильным британским влиянием, что вызовет расширение использования их вооруженных сил в интересах Соединенного Королевства.

Особое внимание уделяется странам Восточной Европы и постсоветского пространства. При этом британская армия представляется как обучающая, контролирующая и принуждающая (учитывается значительное число русскоязычного населения в республиках) для «туземных» армий сила с возможностями высокоточного оперирования. На Балтике Эстония представляет собой наиболее удобный плацдарм для потенциального военного воздействия против Петербургского военно-экономического района.

В 1994–1995 гг. британские инструкторы из командос и морской пехоты обучали эстонскую армию, с 1995 по 2003 гг. — Балтбат в Адажи (Латвия), с 2003 г. британские инструкторы обучают все три балтийские армии. С 2017 г. идет возрождение единого батальона под эгидой Британии.

Предполагая использовать «туземные» силы для реализации своих стратегических целей, оборонное ведомство Великобритании не забывает и про собственные экономические интересы. В 2004 г. Великобритания за 7 млн крон (\$0,6 млн) поставила для эстонского контингента в Афганистане 7 южноафриканских бронемашин “Mamba” Mk.2 выпуска 1990-х гг. В 2006–2009 гг. Эстонией в Великобритании за 800 млн крон (\$65 млн) были приобретены и приняты на вооружение ВМС 3 тральщика-минзага типа Sandown 1980–90-х гг. постройки.

Важным фактором для отработки взаимодействия с армиями других стран и адаптации своих сил в разных ландшафтно-климатических условиях являются совместные военные учения. Большинство из них проходит на территории бывшего СССР. Великобритания, в отличие от США и ряда других государств НАТО, довольно сдержанно принимает в них военное участие. Непосредственное присутствие войск, в т. ч. и на учениях — незначительное, в основном с управленческими функциями. Рост военного присутствия Великобритании на учениях заметен с 2014 г. [3].

Прежде всего ВС Великобритании принимают активное участие в ежегодных учениях Valtop, масштабность которых после 2014 г. значительно увеличилась. Управленческие группы Великобритании были представлены на ежегодных антикризисных учениях NATO Crisis

Management Exercise, Northern Coasts. Ежегодно с 2009 г. в каждой из стран Балтии по принципу ротации проходят учения по предкризисному приему сил союзников Baltic Host. Общевоинские учения, в которых принимает участие Эстонская армия под руководством британских штабов и управлений Spring Storm, Summer Shield и Silver Arrow, проходят ежегодно, также как и учения боевых групп НАТО Saber Strike. С 2012 г. в Литве проходят многонациональные учения сил специальных операций Flaming Sword, в которых принимают участие и эстонцы. Ежегодные управленческие учения Steadfast Juncture в 2012 г. прошли в Эстонии, когда штаб оперативного уровня НАТО осуществлял руководство военной операцией с территории Эстонии. С 2014 г. проходят совместные ежегодные учения в области коммуникационной устойчивости и систем связи Steadfast Cobalt. С 2015 — учения сил ВДВ и десантно-штурмовых подразделений Swift Response. С 2018 — спецподразделений Trojan Footprint. В 2016 г. прошли масштабные учения всех боевых сил, включая формирования кибер-защиты Anakonda. Крупнейшие с 1991 г. учения Trident Juncture по проверке готовности штаба Командования ОВС НАТО к руководству большой группировкой в ходе отражения нападения на одно из государств-членов НАТО прошли с 25 октября по 7 ноября 2018 г. на территории Норвегии, в Балтийском море и Северной Атлантике. В маневрах приняли участие около 45 тыс. военных из 31 страны, а также более 110 самолетов и 60 кораблей. Одновременно на Украине прошли учения Clear Sky, где среди прочих тренировались военнослужащие Великобритании и Эстонии. В июне 2019 г. эстонский контингент принял участие вместе с британцами в черноморских учениях Sea Breeze 2019. В 2018 г. в Эстонии прошли национальные учения SIIЛ Сил обороны Эстонии, Кайтселийта и Департамента полиции и погранохраны Эстонии с участием дислоцированной в Эстонии боевой группы EFP. В целом в 2014 г. семь из 12 европейских учений прошли в Прибалтике, в 2016 году уже 12 из 16. Если участие ВС Великобритании в учениях на территории Эстонии осуществлялось до 2006 г. один раз в год, в период с 2007 по 2009 — два раза в год, то с 2014 г. оно резко увеличилось до 4–5 раз. В 2016 г. британцы действовали в Эстонии 9, а в 2019 г. — 8 раз.

С ноября 2015 г. Великобритания является руководителем и вдохновителем многонациональных Объединенных экспедиционных сил (JEF), для сил быстрого развертывания. В состав JEF входят Дания, Норвегия, Нидерланды, Латвия, Литва и Эстония. С октября 2016 г. в стра-

нах Балтии (в Польше, Литве, Латвии и Эстонии) развернуты четыре многонациональные комбинированные боевые группы НАТО в рамках программы «Расширенного передового присутствия» (Enhanced Forward Presence — EFP) для «сдерживания» России. В их составе постоянное ядро ВС лидеров-стран НАТО (США, Британии, Канады, Германии) и дополнительные ротационные контингенты остальных. Британская группа дислоцируется в Эстонии, на бывшей советской базе в Тапа. Вспомогательные контингенты боевой группы представлены датским и французскими подразделениями. 28 августа 2017 г. блок НАТО объявил о достижении их полной боевой готовности. Британскую группу в Эстонии составили мотопехотный батальон (800 чел., 45 БМП), танковая рота (18 танков), разведывательная рота (16 БРМ), батарея САУ (шесть AS90), инженерная рота, БПЛА ISR и пять ударных вертолетов “Apache”.

Первая проверка готовности JEF состоялась в июне 2019 г. в ходе крупномасштабных военно-морских учений Baltops 2019. В этом году НАТО объединило учения Baltops с трансферными учениями Baltic Protector, проходящими под руководством Великобритании. Последний этап этих учений — Amphibex 2019 — прошел с 26 июня по 9 июля совместно с военнослужащими Швеции и Финляндии [4. С. 103].

В начале 2019 г. в Эстонию были переброшены специалисты британского спецназа из 21-го и 23-го резервных полков SAS, которые осуществляют мониторинг «российской активности» и оперативную разведку на границе с Ленинградской и Псковской областями.

В дополнение к малобюджетному низкотехнологичному эстонскому контингенту Royal Air Force ведет освоение и контроль воздушного пространства как сферы единственно возможной технологичной угрозы потенциального противника. В первую очередь это — ПВО Балтии (Baltic Air Policing).

Патрулирование воздушного пространства над тремя балтийскими государствами силами НАТО было начато 29 марта 2004 г. 1 октября 2004 г. на литовскую ВВБ Зокняй прибыли истребители RAF Tornado. Они сменили ВВС Дании. Через полгода их сменили пилоты Норвегии.

С 2008 г. командование ВВС НАТО несколько раз в год проводит в воздушном пространстве Балтии регулярные тренировочные полеты авиагрупп Baltic Region Training Event, в 2015 г. переименованные в Ramstein Alloy. В 2014 г. произошло усиление контингента ВВС НАТО с четырех истребителей до 16. 28 апреля четыре истребителя Турпоон

RAF прибыли в Зокняй для усиления польского (4) контингента; при этом четыре датских истребителя базировались в Эстонии и четыре французских — в Польше. 18 июня британские ВВС без предупреждения пролетели над резиденцией посла Великобритании в Таллине в честь официального дня рождения королевы Елизаветы II.

С мая 2014 г. ВВС НАТО широко используют в качестве военной базы бывший советский аэродром Эмари в Эстонии.

С 1 мая по 25 августа 2015 г. четыре истребителя Турphoon RAF прибыли в Эмари для усиления авиагрупп Норвегии и Италии в Литве и Бельгии — в Польше. С сентября 2015 г. количество истребителей было уменьшено с 16 до восьми.

С 28 апреля по 31 августа 2016 г. четыре истребителя Турphoon RAF базировались в Эмари совместно с авиагруппой Португалии в Литве. 1 мая 2019 г. четыре британских Турphoon в пятый раз заступили на Балтийское дежурство в Эмари. 24–26 июня они принимали активное участие в авиационных учениях Ramstein alloy 2 по отработке взаимодействия самолетов и систем ПВО НАТО по защите воздушного пространства стран Балтии.

Второй составляющей высокотехнологичной поддержки наземного компонента стала регулярная воздушная и морская разведка Балтики и северо-западного региона России. Здесь в комплексе с Балтийской ПВО в сопровождении самолетов-заправщиков KC-135 регулярно с 2017 г. ведут разведку британский самолет ДРЛО E-3D Sentry (способен сопровождать свыше 100 целей на дальности до 650 км (рубеж Вологда — Москва — Орел)), самолет радио- и радиотехнической разведки RC-135W, самолет разведки наземных целей и управления нанесением ударов Sentinel R. В марте 2018 г. разведка велась одновременно всеми средствами. С конца апреля 2019 г. 1-я постоянная морская группа НАТО, в составе которой находился и британский фрегат “Westminster” с новым радаром и системой РЭБ, осуществляла патрулирование в непосредственной близости от морских границ России на Балтике.

Деятельность Великобритании в Прибалтике, как и в других регионах бывшего СССР, намеренно ведет к политической дестабилизации и нагнетанию антироссийской истерии. Эстония в силу географических и исторических причин представляет собой наиболее удобный плацдарм для реализации концепции «Глобальной Британии» в Балтийском регионе. Правительство Эстонской Республики не только всесторонне под-

держивает Великобританию, но и старательно проводит собственные антироссийские информационные акции для привлечения экономической помощи от евроструктур. Эстонская армия и СМИ под управлением штабных структур Великобритании и НАТО представляют собой активный «туземный» компонент «Глобальной Британии» с элементами высокотехнологичной поддержки британскими ВВС и флотом.

Литература:

1. **Терентьев, В. О.** Обеспечение королевскими ВВС британских интересов в Сирии (2016–2018 гг.) / В. О. Терентьев // Правительство меньшинства Терезы Мэй — год у власти. Доклады Института Европы РАН. — № 356. — М. : Ин-т Европы РАН, 2018.
2. **Williamson, G.** Defence in Global Britain / G. Williamson. 11 February 2019: [Электронный ресурс]. URL: <https://www.gov.uk/government/speeches/defence-in-global-britain> (Дата обращения: 25.02.2019).
3. The Military Balance (За указанные годы).
4. Зарубежное военное обозрение. — 2019. — № 4.

УДК 94“1939-1945”(4)

Е. А. Терентьева

**Освобождение северной Финляндии и Норвегии
осенью 1944 г. в освещении французской прессы**

Е. А. Terenteva

**The French press on the liberation of Northern Finland
and Norway in October 1944**

Аннотация. Освобождение Арктического региона Европы советскими войсками осенью 1944 г. нашло любопытное отражение во французской периодике. Анализ специфики этих публикаций в контексте информационного фона, сложившегося во французских СМИ осенью 1944 г., позволяет выделить основные направления в оценке действий СССР во французском

обществе, а также обрисовать существовавшие взгляды на международную ситуацию в Арктическом регионе в тот момент в целом.

Ключевые слова: Франция, Норвегия, Финляндия, СССР, Вторая мировая война, Красная армия, СМИ.

Abstract. The liberation of the Arctic region of Europe by the Soviet troops in autumn of 1944 found interesting reflection in the French periodicals. The analysis of the specifics of such publications in the context of the informational background in the French media of the time permits to outline the major trends in the attitude to the USSR in the French society, as well as the view of the international situation in the Arctic region in autumn of 1944 in whole.

Key words: France, Norway, Finland, USSR, World War II, Red Army, mass media.

Период Второй мировой войны в истории европейской прессы особенно интересен крайней поляризацией мнений на происходившие события. Франция представляет собой пример страны, где спектр этих мнений был весьма широким как до войны, так и после ее начала, и в период оккупации. Французская пресса на протяжении 1940–1944 гг. пережила, пожалуй, самый трудный период в своей истории; после его завершения облик французской периодики кардинально изменился. Особенно перспективен комплексный анализ динамики отражения событий Второй мировой войны во французских периодических изданиях разных типов, и изменений, которые соответственно претерпевали образы воюющих держав. Но и изучение специфики освещения отдельных операций в периодических изданиях Франции позволяет сделать любопытные выводы. Несмотря на это, проблема остается практически неизученной как в отечественной, так и в зарубежной исторической науке [1; 2; 3].

К осени 1944 г. французская пресса, как и Франция, открыла новую страницу в своей истории. С освобождением Парижа и возвращением в столицу Временного правительства Французской республики в августе 1944 г. перечень периодических изданий, выходивших в 1940–1944 гг., претерпел значительные изменения [4].

Прежде всего, по всей стране были закрыты коллаборационистские газеты — т. е. почти все, официально издававшиеся в оккупации — как в Северной, так и в Южной оккупационных зонах («Же сюи парту», «Пари-суар», «Матен», «Пти паризьен», «Овр», «Журнал де деба политик э литерер», «Журнал» и др.). Ряд названий довоенных СМИ, таким образом, навсегда исчез; и до сих пор эти коллаборационистские издания

даже в научной французской литературе обозначаются как «опозоренные» [4]. Их сотрудники, и особенно руководство, были отданы под суд.

В августе 1944 г. возобновила работу часть довоенных изданий, закрывавшихся в период 1940–1944 гг. («Орор», «Газет провансаль» «Се суар», «Об»), а также открылось большое количество новых газет («Курье де л'Уэст», «Патриот дю зюд-уэст»). В отличие от периодики этой группы, история следующих двух групп периодических изданий была непосредственно связана с войной.

Подпольная пресса движения Сопротивления, возникшая во время войны, после освобождения Франции не только не прекратила своего существования, но и, перейдя на легальное положение и получив новые мощности, стала публиковаться большими тиражами и регулярно (чаще всего, превратившись из еженедельных в ежедневные издания, подобно «Либерасьон» и «Фран-тирор», «Кри дю пепль — Сент-Этьен») [4]. Зачастую настроенная социалистически, бывшая пресса Сопротивления осенью, как и летом 1944 г., интересовалась преимущественно внутренней жизнью Франции.

При этом существовало несколько газет, не прекращавших публиковаться в период оккупации, которые продолжили выходить и после ее завершения. Наиболее яркие примеры такого исключения из правил — социалистическая «Юманите», ушедшая в подполье и примыкавшая, таким образом, к Сопротивлению, и католическая газета «Круа», сохранившая в Южной оккупационной зоне настолько нейтральную позицию, что после освобождения страны ее не стали закрывать, а сам де Голль в мемуарах писал, что ее не в чем упрекнуть.

Наименьшие же перемены в период Второй мировой войны коснулись французской колониальной прессы. Самая крупная газета Алжира, «Эко д'Альжер», не прекращала функционировать на всем ее протяжении.

События лета 1944 г., приведшие к освобождению Франции, вызвали невероятное воодушевление у газет Сопротивления. В июне–июле они совершенно прекратили публикацию сводок с отдаленных фронтов, сосредоточившись исключительно на событиях, происходивших на французской территории. С августа, когда пресса Сопротивления вышла из подполья и появились новые, послеоккупационные издания, международная хроника снова появилась на страницах национальной периодической печати. Однако в этом контексте газеты в первую оче-

редь интересовали новое и будущее положение Франции на международной арене и ее роль в послевоенном устройстве мира. Второе по популярности место в международной хронике занимало освещение событий на Западном фронте и действий союзников — США и Великобритании. После этих двух тем наибольший интерес вызывало продвижение советских войск в Восточной и Южной Европе: публиковались схематичные карты линии Восточного фронта, а передовицы газет пестрели названиями восточноевропейских столиц.

В такой обстановке события, развернувшиеся осенью 1944 г. в Заполярье, оказались на периферии внимания газетчиков, особенно на начальном этапе Петсамо-Киркенесской операции, в ходе которой и происходило освобождение Северной Финляндии и Норвегии силами РККА.

Следует оговориться, что собственно термин «Заполярье» во французском языке отсутствует. В газетных публикациях для обозначения этого региона использовались обозначения «Арктика» (Arctique) и «Крайний север» (l'extrême-nord), а также «Лапландия» (Laponie). Термин «полярный круг» (cercle polaire) встречается всего однажды и употреблен в качестве географического понятия, а не обозначения региона. Чаще же всего общее обозначение региона отсутствовало, и судить о нем можно было по упоминавшимся географическим названиям.

Анализ подшивок 12 ключевых французских газет из различных групп, охарактеризованных выше, показал, что количество новостей с Арктического фронта за октябрь 1944 г. исчисляется десятками. По сравнению с публикациями, посвященными, например, событиям в Венгрии или Сербии, и даже в Прибалтике, это немного: новости о Восточной Европе появлялись в каждом номере большинства изданий (чего не сказать о новостях из Заполярья, которые публиковали лишь отдельные издания), а учитывая, что большая часть послеоккупационной французской прессы, в том числе бывшая подпольная, стала публиковаться ежедневно, речь шла о десятках упоминаний в день. То есть об Арктическом регионе писали мало.

Кроме того, освещение событий в Арктическом регионе не было и равномерным. Интенсивность публикаций резко возросла в момент освобождения Петсамо (бывшей Печенги) в Северной Финляндии 15 октября, а затем скачкообразно выросла в период перехода советскими войсками норвежской границы 22 октября и освобождения Киркенеса 25 октября.

Накануне и на первом этапе Петсамо-Киркенесской операции (термин, который также ни разу не был использован во французской прессе) французские газеты описывали преимущественно активные действия финских войск в Лапландии. По материалам новостных публикаций складывалось ощущение равнозначности действий финской армии (ее происхождение и обстоятельства, при которых финны перестали быть союзниками Германии, при этом не раскрывались) и сухопутных войск СССР под командованием К. А. Мерецкова. И в целом из политических и географических названий региона «Финляндия» во французской прессе за октябрь 1944 г. употреблялось чаще всего.

Начиная с 10-х чисел октября возросло количество упоминаний советских войск. У читателя могло начать формироваться представление о слаженности действий советской сухопутной армии и Северного флота; все чаще упоминались «морские конвои» (правда, без описания их действий или раскрытия этого понятия) и действия кораблей «Арктического флота».

Количество публикаций, посвященных боевым действиям в Арктике, впервые резко возросло в период освобождения Петсамо советскими войсками. После же взятия города Петсамо начала дискутироваться проблема путей отступления немецких войск из Финляндии. Именно тогда впервые была опубликована схема-карта региона («Юманите») от 17 октября 1944 г.) [5]. Тогда же участились упоминания климатических условий Заполярья: холода и ледяной корки, четырехчасового светового дня и отступления немцев и быстрого наступления Красной армии почти постоянно в темноте.

Наиболее же активно во французских газетах в тот момент дискутировалась проблема перехода советскими войсками норвежской границы. Сначала речь шла о прогнозировании, или, скорее, о постоянном повторении вопроса, который оставался без ответа — перейдет ли Красная армия границу. Когда переход состоялся, в центре внимания оказался уже он. Именно с этим событием был связан скачкообразный рост публикаций об Арктическом фронте.

В целом можно утверждать, что применительно ко всем событиям в Арктике осенью 1944 г. французов более всего беспокоил вопрос о том, перейдут ли советские войска норвежскую границу и как это будет соотноситься с существующим международным правом, что в условиях Второй мировой войны, безусловно, обращает на себя внимание. Об этом

интересе свидетельствует количественное соотношение упоминаний основных географических наименований Заполярья, в котором название «Норвегия» лидирует с огромным отрывом.

Одна газета подчеркивала, что СССР был связан с довоенным пративельством Норвегии соглашением о взаимопомощи и ненападении. Другая — когда переход границы уже состоялся — указала, что он состоялся в полном согласии с легитимным правительством Норвегии и Великобритании [5].

На следующий день после вступления советских войск в Норвегию (а новости с севера публиковались не раньше, чем на следующий день после происходивших событий), многие французские газеты не дали собственной оценки этому событию. Был опубликован приказ по этому поводу Сталина Мерецкову — без каких бы то ни было комментариев редакции. В целом складывалось впечатление скептического отношения газетчиков к пересечению советскими войсками границы страны, с которой СССР не находился в состоянии войны (речь шла о правительстве Хокона, находившемся в Великобритании, а не о созданном немцами правительстве собственно в Норвегии).

Следующей особенностью освещения во французской прессе событий, связанных с освобождением Норвегии, стало то, что с момента пересечения советскими войсками норвежской границы во французских газетах всех видов распространялась идея активной помощи Красной армии со стороны норвежцев. Так, была опубликована история о переправе советского десанта через Яр-фьорд при помощи рыбацких лодок (причем речь шла о том, что рыбаки переправили все регулярные соединения по заминированным водам под огнем немецких пулеметов, в то время как в действительности две рыбацкие лодки занимались спасением советских воинов с потопленных лодок в части акватории фьорда). Кроме того, публиковались сообщения об активной помощи советским солдатам со стороны норвежской молодежи под знаком Красного креста («Юманите», 29.10 [5]).

Наконец, подавляющее большинство газет не обошло вниманием сюжет, связанный с радиообращением короля Хокона VII к своим подданным, где говорилось о том, что норвежцы будут бок о бок с Красной армией освобождать свою родину. Упоминались и регулярные части норвежской армии, подконтрольные правительству Норвегии в Великобритании. Разумеется, их численность не указывалась, и французы

так и не узнали, что около трехсот норвежских военных, прибывших в Киркенес после его освобождения, 6 ноября 1944 г. и оставшихся там до марта 1945 г., так и не поучаствовали ни в одной боевой операции.

Таким образом, несмотря на то, что Петсамо-Киркенесская операция советских войск оставалась на периферии внимания французской прессы, специфика ее освещения демонстрирует ряд тенденций в восприятии освобожденной Францией событий Второй мировой войны. Прежде всего, можно утверждать, что военные действия в Арктическом регионе воспринимались как второстепенные по сравнению с событиями в Западной и Восточной Европе и даже в Тихоокеанском регионе. Кроме того, хотя практически все французские газеты, в отличие от довоенных и коллаборационистских периода оккупации, после освобождения Франции не высказывали антисоветских идей, отношение к быстрому продвижению советских войск на запад стало более сдержанным — в том числе в социалистической прессе. Даже в прессе Сопротивления, которая в период оккупации восторженно отзывалась о действиях Красной армии, освещение боевых действий в Заполярье было минимальным (так, «Фран-тирор» упомянула их всего два раза за октябрь, а знаменитая «Либерасьон» — шесть раз, причем в обоих случаях материал давался очень кратко). Термин «освобождение» применительно к Лапландии и Северной Норвегии применялся, однако наряду с ним использовались формулировки «занятие» и «захват» Красной армией тех или иных территорий. И в целом освещение освобождения Заполярья во французской прессе, по сравнению с освещением событий в Западной и Восточной Европе, было более неоднозначным и допускавшим значительные искажения и отступления от истины.

Литература:

1. **Терентьева, Е. А.** Освещение Курской битвы во французской прессе / Е. А. Терентьева // Коренной перелом: к 75-летию Курской битвы / сост. С. В. Бородина, О. С. Мишкина; ред. Н. И. Овчарова. — Прохоровка: ГВИМЗ «Прохоровское поле», 2018. — С. 71–83.

2. **Терентьева, Е. А.** «Свой» и «Чужий»: советские войска в сражениях Великой Отечественной войны глазами французских журналистов / Е. А. Терентьева // «Свой» / «чужой» в кросскультурных коммуникациях стран Запада и России: коллективная монография. — СПб. : Алетейя, 2019. С. 471–490.

3. **Терентьева, Е. А.** Прорыв и снятие блокады Ленинграда в освещении французской прессы / Е. А. Терентьева // Ленинград. Война. Блокада. Прорыв Блокады: материалы и исследования / сост. П. В. Игнатев, Э. Л. Коршунов, А. И. Рупасов. — СПб.: ГАЛИАРТ, 2019.

4. Histoire générale de la presse française / Sous dir. de C. Bellanger, J. Godechot, P. Guiral, F. Terrou. En 5 vols. Tome IV. De 1940 à 1958. — Paris : Presses Universitaires de France, 1975.

5. Retronews.fr [Site]. URL: <https://www.retronews.fr/> (Дата обращения: 25.10.2019).

УДК 94 (471.66)

Д. В. Тумаков

**Деятельность российских военных медиков
в период первой чеченской войны 1994–1996 гг.
в освещении «Медицинской газеты»**

D. V. Tumakov

**The activity of the Russian medicals during the period
of the First Chechen war 1994–1996 in “Medizinskaya Gazeta”**

Аннотация. Статья анализирует изложение деятельности российских военных медиков в период первой чеченской войны 1994–1996 гг. в «Медицинской газете». Анализируются наиболее характерные газетные материалы тех лет, а также официальные сообщения. Сделан вывод, что эти публикации создали негативный имидж событиям на Северном Кавказе в российском обществе.

Ключевые слова: Чечня, медики, журналисты, «Медицинская газета», первая чеченская война, мирные жители.

Abstract. The article is devoted to the activity of the Russian medicals during the period of the First Chechen war 1994–1996 in “Medizinskaya Gazeta”. The most important newspaper’s materials and official communications are analyzed. The conclusion of the negative attitude to the events in Northern Caucasus in Russian society due to these publications is made.

Key words: Chechnya, medicals, journalists, “Medizinskaya Gazeta”, the First Chechen war, peaceable citizens.

В 1990-е гг., параллельно с распадом Советского Союза и вскоре после него, обострились национальные противоречия уже на территории самой России. Настоящей горячей точкой в тот период стал Северный Кавказ. Если вспышку осетино-ингушского территориального спора за Пригородный район или противоречия в Кабардино-Балкарии и Карачаево-Черкесии центральным властям удалось относительно быстро погасить, то чеченский конфликт практически на полтора-два десятилетия стал одной из болевых точек страны. Подавить чеченский сепаратизм федеральным силам удалось только в результате двух кровопролитных и разрушительных войн. Лишь за время первой чеченской кампании 1994–1996 гг. погибло примерно 30–35 тыс. гражданских лиц [5. С. 585], многотысячные людские потери понесли и обе противоборствующие стороны.

В связи с этим будет небезынтересно обратиться к деятельности российских военных медиков, которая была направлена на спасение человеческих жизней в зоне военного конфликта и оказание медицинской помощи не только бойцам Объединенной группировки войск (ОГВ), но и гражданскому населению Чечни. Задача врачей и медсестер в ходе начавшейся кавказской кампании была грамотно сформулирована в заголовке на первой полосе номера «Медицинской газеты» за 16 декабря 1994 г.: «К событиям в Чечне. Наша боль: спасти каждого раненого». Газетный заголовок сопровождался фотографией, изображавшей находившегося в госпитале раненого российского военнослужащего. Данное периодическое издание можно считать одним из важнейших источников, освещавших профессиональную деятельность военных медиков на Северном Кавказе.

Врачи и медсестры Всероссийского центра медицины катастроф «Защита» работали в регионе с 17 сентября 1994 г., т. е. еще до официального ввода в республику частей ОГВ, в период внутреченской смуты. Как известно, в ходе этого вооруженного конфликта Кремль активно поддерживал силы антидудаевской оппозиции. Госпиталь в прифронтовом Моздоке (Республика Северная Осетия — Алания), во главе которого находился О. В. Гевелинг, к концу года принял 78 раненых и 1400 больных мирных жителей Чечни. Его выездная бригада постоянно дежурила в центральной районной больнице, а большие подвижные группы работали с ранеными в ингушской станице Слепцовская и чеченском райцентре Знаменское — одном из основных оплотов вооруженных оппозиционеров. Корреспонденты старались не заострять

внимание своих читателей на причинах ранений, предпочитая писать о том, что врачи госпиталя помогали мирным чеченцам одеждой, детским питанием и консервами [4].

После начала «операции по восстановлению конституционного порядка», более известной как первая чеченская война, в тревожный регион были командированы значительные силы российских медицинских работников. Так же, как и в состав ОГВ входили части и подразделения различных федеральных силовых структур, медицинская составляющая группировки состояла из сил МЧС, Главного медицинского управления МО РФ, Министерства здравоохранения и медицинской промышленности и других ведомств. Уже в первую неделю боевых действий в том же Моздоке был развернут госпиталь на 190 коек, в котором дежурили лучшие врачи-специалисты (хирурги, травматологи, реаниматологи) из Центрального института травматологии и ортопедии, Научного центра хирургии им. А. В. Вишневого, Главного военного клинического госпиталя им. Н. Н. Бурденко. К работе также были привлечены детские хирурги и педиатры из детской республиканской клинической больницы. Сообщение ИТАР-ТАСС гласило, что принять раненых и пострадавших в ходе военных действий, а также беженцев были готовы практически все лечебные учреждения России — в частности свыше 30 лечебных учреждений соседних с Чечней Северной Осетии, Ингушетии и Ставропольского края. Помощь воюющему региону оказывалась и по линии Международного комитета Красного Креста: в столице Кабардино-Балкарии Нальчике был создан запас медицинских материалов, которого должно было хватить для проведения 2,5 тыс. срочных хирургических операций, при этом при необходимости эта помощь должна была быть увеличена [1].

В дальнейшем, после того, как военная операция против чеченских сепаратистов стала затягиваться, федеральная группировка продолжала увеличиваться. Не были исключением и медики. Накануне «новогоднего штурма» Грозного директор Российского центра медицины катастроф С. Ф. Гончаров сообщал ведущим СМИ о готовности 40 лечебных учреждений страны принимать раненых и пострадавших из зоны конфликта, постоянном дежурстве с этой же целью пяти вертолетов, 150 врачебно-сестринских бригад и четырех крупных станций переливания крови. В Моздоке — одном из главных опорных пунктов ОГВ на Северном Кавказе — заместитель министра здравоохранения и медицинской

промышленности РФ А. Д. Царегородцев проводил оперативное совещание руководителей здравоохранения пограничных с Чечней регионов [4]. Такого рода сообщения регулярно помещались на страницах «Медицинской газеты» и в последующие месяцы, когда первая чеченская война достигла апогея.

«Медицинская газета» не только приводила официальные сообщения о количестве задействованных в чеченской операции сил, но и, не задаваясь вопросом о целях и способах ведения войны со стороны России, стремилась преподнести действия медицинских работников на Кавказе как весьма благотворные для гражданского населения. В частности в феврале 1995 г. автор первого фронтового репортажа в этом издании М. Мелконян в исключительно положительных тонах описывала работу госпиталя в районе грозненского аэропорта Северный. Военные медики под командованием подполковника медицинской службы Л. Раффа не только регулярно оказывали помощь раненым солдатам и офицерам ОГВ, но и не отказывали мирным жителям города. Корреспондент лаконично, не называя никаких конкретных цифр, упоминала о неиссякаемом потоке пострадавших в боях за столицу Чечни военнослужащих, однако акцентировала внимание читателей и подписчиков газеты на том, что многие раненые после операций были направлены в базовый госпиталь в Моздоке. На фронте его уважительно называли «малым бурденковским» за высокий уровень оснащения и квалификацию работников [2].

Другим, не менее важным акцентом этой же статьи можно назвать внимание к медицинским проблемам многочисленного гражданского населения Грозного, не успевшего покинуть его накануне штурма. Хотя практически все городские больницы и другие лечебно-профилактические учреждения сильно пострадали в ходе кровопролитных уличных боев зимы 1994–1995 гг., несколько ранее работавших в них врачей и медсестер разных национальностей (В. Фролов, М. Темирбулатов, Л. Мусахабова, М. Эльмурзаева) смогли организовать в разных частях полуразрушенной чеченской столицы импровизированные медицинские пункты. Наиболее крупный из них располагался в районе консервного завода. У работавших там медиков сохранился взятый из гуманитарных грузов определенный запас перевязочных материалов, одноразовых шприцев и противостолбнячной сыворотки. Однако в таких стихийно открытых, во многом импровизированных точках жители Грозного могли получить лишь первую медицинскую помощь, в то время

как антибиотики, транквилизаторы, антидиабетические препараты или гликозиды там отсутствовали, а обезболивающих средств явно не хватало. Еще одной проблемой, как намекала журналистка М. Мелконян, стало оказание в них медицинских услуг не только мирным грозненцам, но и «бородатым людям в камуфляжных одеждах», под которыми явно понимались раненые чеченские боевики [2]. Тем самым в статье явно давалось понять, что гражданское население в зоне боевых действий не сможет выжить без квалифицированной медицинской помощи, предоставить которую в состоянии только группировка федеральных войск.

Аналогичный вывод следовал и из следующей корреспонденции того же автора. Побывав в селе Толстой-Юрт Грозненского сельского района — еще одном оплоте сил антидудаевской оппозиции, в 12 км от столицы республики, — М. Мелконян сообщала, что населенный пункт буквально переполнен людьми, поскольку к его коренным жителям после начала боевых действий добавились и свыше 3 тыс. беженцев из Грозного. При этом в селе уже третий год не функционировала средняя школа, а санитарные сооружения и система здравоохранения также были фактически ликвидированы. Так, сельская амбулатория перестала работать из-за хронической невыплаты заработной платы ее сотрудникам. Вследствие этого неудивительно, что местные жители были подвержены многочисленным заболеваниям, прежде всего кожно-венерическим и инфекционным. Сложную ситуацию смогло исправить лишь прибытие автономного госпиталя Всероссийского центра медицины катастроф «Защита», чей состав срочно пришлось усилить педиатром и дерматовенерологом. Для того чтобы подчеркнуть бескорыстность работы российских медиков в Чечне, журналист кратко сообщала историю студентки 4-го курса Российского государственного медицинского университета им. Н. И. Пирогова Н. Андросовой, ради командировки в «горячую точку» даже досрочно сдавшей зимнюю сессию в вузе [3]. Финансовую сторону вопроса М. Мелконян не затрагивала.

Таким образом, статьи и заметки в «Медицинской газете» в целом были призваны продемонстрировать ее читателям обоснованность и справедливость российского военного присутствия на территории мятежной республики. Хотя и авторы публикаций официального характера, и непосредственно побывавшие в прифронтовой полосе журналисты старались не высказывать собственных политических предпочтений в «чеченском вопросе», из контекста большей части корреспонденций сле-

довало, что мирное население республики выживает лишь благодаря совместным усилиям российских медицинских работников из различных ведомств. Не подвергая сомнению ни этот тезис, ни сам по себе героизм и высокий профессионализм врачей и медсестер, следует всё же заметить, что высокие количественные показатели командированных в Чечню сотрудников и техники наглядно опровергают главный тезис официальной пропаганды — о якобы полицейском характере операции на Кавказе. Напротив, при чтении публикаций в «Медицинской газете» в общественном мнении могло создаться впечатление, что в республике идет настоящая война, победа в которой будет дорогой и далеко не молниеносной.

Литература:

1. Готовы принять пострадавших // Медицинская газета. — 23.12.1994.
2. **Мелконян, М.** Репортаж с фронтовой полосы. Город беды, город страданий / М. Мелконян // Медицинская газета. — 1995. — 3 февраля.
3. **Мелконян, М.** Репортаж с фронтовой полосы. На переправе / М. Мелконян // Медицинская газета. — 08.02.1995.
4. **Прокофьева, Н.** Около войны / Н. Прокофьева // Медицинская газета. — 28.12.1994.
5. Россия и СССР в войнах XX века: Статистическое исследование. — М. : ОЛМА-ПРЕСС, 2001.

УДК 910

И. А. Цверianaшвили, В. А. Соловьева

**Экологическая политика Фарерских островов
на современном этапе**

I. A. Tsverianashvili, V. A. Soloveva

**Environmental policy in the Faroe Islands
at the present stage**

Аннотация. В статье рассматривается экологическая политика Фарерских островов на современном этапе. Приводятся примеры деятельности правительства автономной области для развития экологического секто-

ра, описываются основные направления, а также показан опыт Фарерских островов в решении некоторых экологических проблем. Дана общая оценка экологической ситуации на территории автономии.

Ключевые слова: Фарерские острова, экологическая политика, энергетика, сельское хозяйство, водные ресурсы.

Abstract. In this article discusses the environmental policy of the Faroe Islands. The article gives examples of the Faroese government activities for the development of the environmental sector, describes the main environmental directions and also shows the experience of the Faroe Islands in solving some ecological problems. And it is also given a general assessment of the environmental situation in the autonomy.

Key words: Faroe Islands, environmental policy, energy, agriculture, water resources.

Фарерские острова являются частью Королевства Дания и обладают широкой автономией, что позволяет им проводить собственную внутреннюю политику в области экологии и ориентироваться на те экологические направления, которые актуальны на территории самих островов. Стоит отметить, что экология не является проблемной сферой для Фарерских островов, особенно это заметно в сравнении с экологическими ситуациями Дании и Гренландии. Тем не менее для поддержания стабильности, а также для улучшения показателей качества воздушных, водных и земельных ресурсов, Фарерскими островами реализуются различные экологические программы и стандарты.

В первую очередь следует отметить, что на Фарерских островах практически не развито сельское хозяйство. Правительство не заинтересовано в поддержании сельскохозяйственного сектора, поскольку Данию является главным импортером сельскохозяйственной продукции. Тем не менее на территории автономии действует ряд положений о сельском хозяйстве, которые регулируют применение пестицидов и деятельность скотоводческих предприятий, так как на 2019 г. 99% выбросов углекислого газа в сельскохозяйственной сфере производится скотоводческим сектором [1].

Для уменьшения производимых парниковых газов Фарерские острова развивают альтернативную энергетику. В рамках данного направления автономная часть планирует прийти к потреблению исключительно возобновляемых источников энергии к 2030 г. На 2019 г. возобновляемая энергия составляет 50% от общего количества энергии, а остальная

часть потребляемой энергии приходится на нефть. Для сокращения потребления ископаемых источников энергии с 2017 г. происходит сотрудничество промышленной энергетической организации “Dansk Energi” и компании-производителя энергии на Фарерских островах SEV, которые занимаются разработкой стратегий действия для фарерской энергетики. В качестве замены нефти будут использованы гидроэлектростанции, солнечные батареи, приливные установки и насосные системы. Также из-за географических особенностей на Фарерских островах гидроэнергетика развита больше, чем другие альтернативные виды энергии. На нее отводится 30% получаемой энергии [3]. Остальная часть получаемой энергии приходится на ветроэнергетику. Также на Фарерских островах рассматриваются варианты получения энергии от органических отходов, образующихся от рыболовной промышленности и сельского хозяйства. Это позволило бы не только утилизировать опасные для окружающей среды отходы, но и получить экологически чистый источник возобновляемой энергии. Возможное использование отходов состоит в том, чтобы использовать их в качестве основы для производства биогаза, и в дальнейшем применять его в системе отопления. На 2019 г. данный вид использования отходов только рассматривается.

Наиболее проблемной сферой в области экологии является сфера водных ресурсов. Поскольку почти вся фарерская вода является поверхностной, это означает, что она подвержена влиянию погодных условий, деятельности человека и животных. Из-за того, что поверхностные воды быстрее восполняются, их качество не может долгое время оставаться стабильным, что мешает процессу очистки и исследования воды на содержащиеся в ней химикаты. На 2019 г. только 86% всех домохозяйств на Фарерских островах получают очищенную воду.

На качество воды влияет судоходство, грузовые и пассажирские перевозки, которые играют большую роль и в экономике Фарерских островов, но могут привести к ухудшению качества водной среды посредством выбросов в воду таких веществ, как углекислый газ, окись азота, метан и озон. Тем не менее, в соответствии с отчетами Агентства продовольствия и ветеринарии (фар. Heilsufrøðiliga Starvsstovan) Фарерских островов [2], качество водных ресурсов находится в рамках допустимой нормы. Оценка качества питьевой воды проводится упомянутым Агентством в соответствии с директивой ЕС 80/778/ЕЕС. В данной директиве требования составляют 4 единицы мутности воды по шкале Джексона. Чаще

всего в странах Северной Европы используются не единицы Джексона, а единицы измерения NTU (нефелометрическая единица мутности). Одна единица измерения не может быть переведена в другую, тем не менее в Дании 4 единицы Джексона были установлены на 0,5 NTU. Следовательно, требования к фарерской воде основываются на том, что мутность должна быть равна или ниже 0,5 NTU. В ходе исследований было выяснено, что мутность фарерской воды сильно варьируется от места проведения исследования, а также ввиду того, что в основном используется поверхностная вода. Из пяти отобранных мест, в двух значения находились выше 1 NTU, что было обусловлено качеством труб в системе водоснабжения, а не непосредственно качеством воды. Вода в остальных трех местах сбора полностью соответствовала стандартам.

Особое внимание на Фарерских островах уделяется вопросам качества воды в аквафермах и в целом в рыбоводческой индустрии. Для этого существуют нормы по содержанию кислорода, аммиака и нитрита в воде, в которой содержится рыба.

Для поддержания экологической стабильности морской среды Фарерские острова состоят в организации КИМО. В КИМО входит ассоциация фарерских муниципалитетов "Kommunufelagið", состоящая из 29 членов. Каждый из членов данной организации имеет выход к береговой линии и несет ответственность за морскую среду в гаванях, на пристанях и пляжах. На данный момент фарерские коммуны участвуют в двух проектах КИМО по очищению морской среды от мусора. Один из проектов затрагивает вопросы загрязнения морской среды с точки зрения рыболовной деятельности. Основная идея данного проекта заключается в том, что рыболовные суда, имеющие большие объемы баков для хранения рыбы, могут также использовать некоторую часть из общего количества баков для сбора мусора, найденного ими за время рыболовного промысла. Фарерские острова являются одними из четырех членов данного проекта, в случае получения положительных результатов от введения данного проекта, подобная практика будет введена в остальных государствах-членах КИМО.

Рыболовство осуществляется не только в рамках туристического бизнеса, но и является частью сферы торговли. Рыболовная деятельность, связанная с экспортом рыбных товаров, регулируется Агентством продовольствия и ветеринарии. Так как Фарерские острова имеют торговые отношения с другими странами, то они должны обеспечивать безопасность

экспортируемой продукции, в связи с чем существуют законы, регулирующие торговлю рыбой. Ежегодно Агентство продовольствия и ветеринарии Фарерских островов предоставляет отчет по содержанию в видах рыб различных химических веществ, таких как кадмий, свинец и ртуть.

В 2018 г. в силу вступила реформа рыболовства, документ о которой был подписан 13 декабря 2017 г. Согласно положениям реформы все рыбные промыслы должны быть биологически, экономически и социально устойчивыми, а реформа должна строиться на трех основных идеях:

- устойчивое рыболовство и сохранение рыбных запасов;
- доступные права к рыболовным лицензиям;
- соблюдение промышленных требований.

Частью рыболовного сектора на Фарерских островах является китобойный промысел. Данная традиция является частью культурного наследия Фарерских островов, тем не менее, по заявлению организаций-зоозащитников, соблюдение подобных традиций может отрицательно сказаться на популяции гринд, а также влиять на морскую экосистему в целом. Несмотря на деятельность различных зоозащитных организаций, на современном этапе нельзя говорить о сокращении рейдов, число которых в разные года составляло от двух до 16. Ежегодный улов гринд колеблется в размере от 50 до 1000 особей. Также с 1980-х гг. китобойный промысел регулируется государством, а с 2015 г. — законом № 56 о ловле гринд [5].

На 2019 г. на Фарерских островах практически решена проблема отходов, так как на данный сектор приходится всего 2,4% от общего производства парниковых газов. На территории Фарерских островов существует около 15 заводов, связанных с сектором утилизации и переработки отходов: пять полигонов, два завода по переработке отходов, завод по сортировке бумаги, два мусоросжигательных завода, завод по переработке отработанного масла, а также четыре завода по очистке воды. Из них к мусоросжигательным заводам относятся заводы в Торсхавн и Лейврике. Несмотря на то, что оба завода стабильно функционируют, завод в Лейврике осуществляет свою деятельность с 1989 г. и за время эксплуатации модернизировался лишь несколько раз. В 2018 г. правительство Фарерских островов заявило о необходимости обновления технического оснащения, после которого объем перерабатываемых отходов должен увеличиться с 2,5 т до 3 т в день. Деятельность мусоросжигательных заводов регулируют закон 1978/1/11 об использовании земель для сжигания мусора.

Также стоит отметить, что на Фарерских островах отсутствует проблема загрязнения воздуха. Так как, по результатам отчета Агентства здравоохранения Фарерских островов, содержание в воздухе таких веществ, как CO₂, NO₂, PM_{2.5} и PM₁₀ находится в пределах допустимых норм.

Но одним сектором, наиболее негативно влияющих на качество воздуха на Фарерских островах, является транспорт, который производит 26% от всех выбросов парниковых газов. Отмечается, что на территории автономии транспорт вырабатывает больше всего опасных для здоровья и окружающей среды газов. Но проблема негативного влияния транспорта на экологию Фарерских островов существует не столько из-за наличия большого количества наземного транспорта, сколько из-за водного. Стоит учитывать, что, говоря о водном транспорте, понимаются не только водный транспорт Фарерских островов, но и корабли, яхты и иные плавательные средства других государств, заходящие в воды Фарерских островов. Наземного транспорта на 2019 г. на Фарерских островах насчитывается около 20 тыс. единиц. Основной вред, наносимый наземным и водным транспортом, происходит из-за использования автомобилями топлива на основе нефти, что способствует выбросам CO₂. При этом на водный транспорт приходится 25% от общего количества выбросов углекислого газа, тогда как на наземный — около 1%.

К экологически проблемным сферам также можно отнести и область климата. Обеспокоенность фарерского правительства вызывает то, что глобальное потепление климата может вызвать изменение в морской экосистеме и повлиять на морские ресурсы. В рамках деятельности совета Фарерские острова участвуют в трех группах по вопросам климата арктического региона. Одной из важнейших групп является программа арктического мониторинга и оценки загрязнителей, которая направлена на обеспечение последовательных измерений распространения антропогенных загрязнителей в окружающей среде Арктики. Также Фарерские острова состоят в группе по защите морской среды Арктического региона. Основной задачей деятельности группы является оценка пригодности соответствующих международных договоров и выработка рекомендаций по улучшению устойчивого управления арктической морской средой. Кроме того, автономия состоит в группе по сохранению арктической флоры и фауны, основной целью которой является исследование и защита биоразнообразия Арктики.

Литература:

1. Emissionfordelt på drivhusgasser: [Электронный ресурс] // Grønlandsstatistik. URL: <http://www.stat.gl/publ/kl/EN/201502/oversigt/Emission%20fordelt%20p%C3%A5%20drivhusgasser.htm> (Дата обращения: 22.10.2019).
2. Heilsufrøðiligastarvsstovan: [Электронный ресурс] // Heilsufrøðiligastarvsstovuna. URL: <https://clck.ru/GCDx4> (Дата обращения: 11.10.2019).
3. Høring vedrørende fremtidsscenarioer for energisystemet på Færøerne: [Электронный ресурс] // Umhvørvisstovan. URL: <http://www.us.fo/Default.aspx?ID=13805&Action=1&NewsId=8019&M=NewsV2&PID=32388> (Дата обращения: 14.10.2019).
4. Kommunufelagið: [Электронный ресурс] // Kommunufelagið. URL: <http://www.kf.fo/> (Дата обращения: 05.10.2019).
5. Lagtingslov i Føroya Kunngerðasavn № 56. Grind og anden småhval: [Электронный ресурс] // Statsministeriet. URL: http://www.stm.dk/multimedia/Lovregister_2018_-_3._kvarstal.pdf (Дата обращения 21.10.2019).

УДК 316.454.52:81-25

И. В. Янишевская

Речевой имидж студента

I. V. Yanishevskaya

Student's speech image

Аннотация. Статья посвящена проблеме речевого имиджа современного студента. Акцент сделан на лингвистическом аспекте.

Ключевые слова: речевой имидж, обценная лексика, студенчество, субкультура, язык.

Abstract. The paper deals with the problem on speech image of a modern student. The emphasis is assigned on the linguistic aspect.

Key words: speech image, obscene vocabulary, students, subculture, language.

Любой человек так или иначе себя позиционирует, создавая личностный образ. Если обратиться к понятийному аспекту, то имидж будет являть собой целенаправленно создаваемый образ, призванный выражать определенные свойства субъекта и тем самым оказывать разноуровневое воздействие на тех, с кем происходит коммуникационный акт [3. С. 182].

Что касается речевого имиджа, то здесь имеются в виду речевые и паралингвистические особенности, способные оказать влияние на формирование образа личности. Сам процесс создания имиджа в первую очередь связан с тем, к какой социальной среде относится личность, поскольку многое будет зависеть от окружения человека.

Анализируя абстрактную языковую личность, следует помнить, что в первую очередь важны интеллектуальные характеристики этой личности. Далее идет вербально-семантический аспект, посредством которого субъект выражает картину мира. Не стоит забывать и про мотивацию, именно она аккумулирует систему целей и установок. Создание речевого имиджа — базовая коммуникативная потребность говорящего, и здесь оговариваются не только экстралингвистические причины, но и личностные особенности субъекта.

Формирование речевого имиджа непосредственно связано с профессионально-личностным самоопределением человека. Студент — не исключение. Образовательный уровень меняет имидж, в том числе и речевой. В идеале, в нормативные профессиональные характеристики, которые постепенно получает студент, наряду с обретением квалификации и компетентности входит и речевая составляющая, выраженная через грамотность, содержательность речи, уверенное владение терминологией и профессиональными речевыми клише в ситуациях, требующих профессионального общения. Кроме того, речевая активность личности предполагает определенную степень экспрессивности и информативности, в зависимости от реалий профессиональной деятельности, т. е. от принадлежности к той или иной сфере, технической или, к примеру, гуманитарной.

Имидж студента обладает динамической характеристикой. Наиболее значимым для студента является статус вуза, в котором он обучается, поэтому не следует считать, что студент развивается вне контекста внешней атрибутики и целостности бренда вуза [1]. А отсюда такие характеристики, как внешний вид студента, его поведение, коммуни-

кации, куда в том числе входят стили вербального и невербального общения, а также круг знакомств.

Студенчество — это особая субкультура. Про студентов издавна ходят анекдоты, которые только подчеркивают уникальность их образа жизни. Понятно, что средневековый студент радикально отличался от студента современного, но стереотип «студент» всегда остается неизменным.

Помимо общей языковой составляющей студенчества, когда используются особые сленговые формы, у каждого вуза имеется набор своих собственных выражений. Вряд ли представитель технического вуза сможет понять студента консерватории, если тот будет употреблять такие выражения, как «кочумать» или «друшлять». Впрочем, «лагать» и «лажать» достаточно близки по смыслу.

Очень часто в языковую среду студентов проникает арго. Причем не факт, что студенты знают, с чем связаны те или иные выражения, какую смысловую нагрузку они в себе несут. Как, в свое время писал академик Д. С. Лихачев: «Воровская речь — это болезнь языка. Диагноз ее — “инфантилизм” языковых форм. Слова воровской речи характерны своей необычайной экспансией, способностью распространяться далеко за пределы воровской среды. С этими воровскими словечками и словами распространяется яд воровской идеологии, воровского мировосприятия. Для борьбы с этим необходимо знать и социальный, и лингвистический смысл происходящего явления, необходимо уметь его правильно оценить» [2].

Однако наиболее распространенной в студенческой среде является обценная лексика, разновидностью которой в русском языке стал русский мат — явление, безусловно, уникальное, требующее изучения, но табуированное еще несколько веков назад. Впрочем, современных студентов это не пугает, поэтому, вырвавшись из-под родительской опеки, молодежь при любом случае стремится употребить одно, два, ну, иногда три слова, не используя словообразовательные варианты великого и могучего русского языка. Получается довольно примитивно, некрасиво, жалко и бездарно.

Таким образом, речевой имидж современного студента многообразен, уникален и неоднозначен.

Литература:

1. **Латышев, Д. В.** Имидж студента как средство брендоформирования в маркетинговой деятельности вуза / Д. В. Латышев, Т. М. Гомаюнова // Наука. Мысль: электронный периодический журнал. — 2017. — № 2: [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/imidzh-studenta-kak-sredstvo-brendoformirovaniya-v-marketingovoy-deyatelnosti-vuza> (Дата обращения: 01.11.2019).
2. **Лихачев, Д. С.** Черты первобытного примитивизма воровской речи / Д. С. Лихачев: [Электронный ресурс]. URL: <http://crecleco.seriot.ch/textes/Lixachev35.html> (Дата обращения: 01.11.2019).
3. **Побережная, О. Ю.** Речевой имидж личности / О. Ю. Побережная // Мова. — 2002. — № 7. — С. 182–185.

Раздел III.
Современная филология и проблемы
преподавания филологических дисциплин
студентам нефилологических факультетов

УДК 81.111

*О. В. Абыякая,
К. В. Землякова*

**Френдить или троллить: коммуникация
в сети сквозь призму слов**

*O. V. Abyiakaya,
K. V. Zemlyakova*

**To friend or to troll: online communication
through the prism of words**

Аннотация. Технологии и цифровые ресурсы запустили изменения в формах письменного общения между людьми как дружеского или приятельского, так и делового. Новые формы онлайн-коммуникации определили появление соответствующих лексических номинаций, обозначающих возникшие отношения между коммуникантами. Авторы приводят примеры некоторых групп слов, собирающих в себе образ новой реальности, создаваемой пользователями в сети Интернет.

Ключевые слова: Интернет, онлайн-коммуникация, отношения, социальные сети, виртуальный мир, лексема.

Abstract. Technologies and digital resources triggered changes in forms of written contacts between people, both sociable and business. Newly appeared forms of online communication determined emergence of correspondent lexical units, denoting appeared relations between communicators. The authors give examples of a few groups of words restoring the new image of reality which is created by the Internet users.

Key words: Internet, online communication, relations, social media, virtual world, a lexical unit.

В современном мире жизнь со всеми ее сторонами (работа, бизнес, обучение, увлечения, развлечения, человеческие отношения) происходит онлайн. Пользователями создается виртуальная реальность, функционирующая по своим законам. Люди общаются как офлайн, так и онлайн, и эти контакты сильно разнятся. Параллельно с объективным миром появился второй мир, который не является его калькой или дубликацией. Он пересекается с миром настоящим, создается только благодаря миру внешнему, но уже не похож на него, не является его копией, повторением, а скорее, является его продолжением. Человеческие контакты значительно расширились. Люди могут общаться, обмениваться мнениями, спорить, выражать отношение и следить за жизнью людей, которых они не знают в реальности, с кем их связывает только сетевое общение.

Существуют особенности виртуального общения, для чего нужна новая лексика, передающая эти новые особенности возникающей коммуникации. Появляется огромный пласт лексики, связанный с деятельностью человека в сети Интернет, что закономерно вызывает интерес лингвистов (в частности И. Б. Левонгиной) [1]. Несмотря на то, что некоторые из лексических единиц получили продолжение жизни и в офлайне, зародились они в сети, там набрали популярность, были восприняты и использованы тысячами и миллионами пользователей за короткий срок.

Мы отобрали 100 наиболее частотных единиц (социальные сети, блоги, записи устной речи, а также опрос студентов гуманитарного факультета), которые были распределены по тематическим группам. Как правило, зарождается этот новый пласт лексики в подростковой и молодежной среде, поскольку именно они являются первыми, кто осваивает новые гаджеты и средства обмена информацией и учат этому старшее поколение. Такая культура называется префигуративной, где взрослые учатся у своих детей, и отражает время, в котором мы живем [2].

В соответствии с целями исследования мы отобрали лексику, связанную с деятельностью человека в сети. Из данных наименований мы отобрали те, которые описывают особенности интернет-коммуникации, передают действия пользователей той или иной социальной сети по отношению друг к другу, взаимоотношения между ними. Прежде всего, это могут быть «дружеские» отношения. *Френд* (фрэнд) (англ. friend — друг) — название блогов и их авторов, обладающих большими правами при чтении добавившего в список френдов блоггера, чем обычные участники, все посты френдов отображаются во френд-ленте. *Френдить* — до-

бавлять во френды (списокдрузей). Френд-лента — страница в сетях и блогах, на которой показываются все последние записи друзей; список друзей у блоггера. *Френд-реквест* (англ. friend — друг, request — просьба, запрос) — запрос на добавление в друзья, т. е. запрос от одного пользователя сети другому с просьбой добавить в список друзей.

Отметим, что человека можно как зафрендить, так и расфрендить или даже отфрендить, т. е. прекратить «особые» отношения с пользователем, ограничить его доступ к просмотру содержания профиля, фотографий, чтения постов и т. д.

Несколько другой тип отношений между людьми в сети — фолловинг. Фолловинг — термин, относящийся к системе Twitter, означает возможность получения информации в виде твитов от человека или компании, т. е. по сути, подписка на обновления страницы пользователя, которого читаешь, за которым следуешь в Twitter. *Фолловер(ы)* (англ. follower — последователь, подписчик) — пользователи социальной сети Twitter, которые добавили пользователя в свою ленту для чтения. Если за пользователем стал кто-то следовать в Twitter, то он будет видеть все его публичные сообщения в своей ленте через мгновение после публикации их на странице пользователя. *Фолловить (зафолловить)* (англ. to follow — следовать) — добавить в ленту для чтения, подписаться на обновления в ленте другого пользователя. *Фоллоубэк* (англ. to follow back) — если тот, кого зафолловили, тоже начал читать своего подписчика в ответ, то это и есть фоллоубэк. Также это понятие можно назвать проще — взаимный фолловинг, взаимная подписка на твиты друг друга.

Пользователи могут *лайкать* посты друг друга (англ. to like — любить, нравиться) — поставить лайк, т. е. показать, что пользователю что-то понравилось: видео, фото, пост или комментарий) или *комментить* (англ. to comment, commentary — комментировать, комментарий) — комментировать, оставлять комментарий к опубликованному материалу.

Комментарии могут носить резко отрицательный характер, пользователи (*хейтеры, тролли*) могут *хейтить* (англ. to hate — ненавидеть) кого-то, т. е. оскорблять в комментариях, что зачастую приобретает характер кибербуллинга (англ. cyberbullying — целенаправленный вред, травля с использованием интернет-технологий), *троллинга* (англ. cyber troll — публикация негативной информации), *флейминга* (англ. flaming — вспышка оскорблений, публичный эмоциональный обмен репликами), *киберсталкинга* (англ. to stalk — преследовать, выслеживать).

Одним из способов прекращения нежелательной онлайн-коммуникации является *бан* (англ. to ban — запрещать, объявлять вне закона) — один из принятых в Интернете способов контроля за действиями пользователей. Как правило, бан заключается в лишении или ограничении каких-либо прав пользователя (на создание/отправление новых сообщений или создание новых тем на веб-форуме, на отправление сообщений в чате, на комментирование в блогах и др.). Возможность введена в целях оградить интернет-ресурс от троллей, спамеров, вандалов и прочих лиц, чьи сообщения вредят продуктивной работе ресурса. *Банить* — отправлять в бан, т. е. блокировать пользователя сети, участника форума и т. д.

Коммуникация в сети осуществляется чаще всего в переписке, такой способ взаимодействия получил название *чатиться*, т. е. общаться посредством интернет-чата (англ. chat — болтовня, болтать — средство общения пользователей по сети в режиме реального времени, а также программное обеспечение, позволяющее организовывать такое общение). Также сюда можно добавить слова постить, шерить/распарить (поделиться, разослать всем), стримить, вайнить. Также отдельно выделены слова-наименования мессенджеров или приложений для опубликования информации (контента): Инстик, Инста, Вконтик, ВК, ФБ, Фейсбучек, Телега, Ватсап, Вацап, мейл.

Пользователи, вступающие в интернет-коммуникацию, тоже получают особые наименования, например, блоггер, фолловер, вандал, тролль, хейтер, вайнер, стример, спамер, ютубер. Довольно обширной является и группа лексики, называющей результат деятельности пользователя. Это такие слова, как пост, лайк, репост, твит, ретвит, контент, сайт, блог, микроблог, аккаунт, профиль, логин, пин, флуд, оффтоп, спам, селфи, видяха.

Отдельной группой стоят слова, выражающие оценку, отношение к прочитанному и способы реагирования на любой посыл: кулстори, муд, тру стори, прuffy, IRL, ИПЛ — inreal life, SLATT (приветствие) — slime love all the time (всех люблю, всем привет). Люди могут выражать оценку и комментировать, как содержимое некой публикации или другой пользователь влияет на них: абьюзить, харрасить, харраситься, диссить, триггерить, форсить. Все указанные слова несут негативные значения: оскорблять, унижать, домогаться, продавливать тему, вызывать неприятные воспоминания или возвращать к детской травме. Исследователи отмечают, что тема психологической нестабильности и переживаний человека стала проявляться и обсуждаться как никогда раньше, ей ста-

ла придаваться значимость. Отсюда слова: суициднуться, выпилиться, хармиться, мем «Няпока». Есть и слова с положительным отношением и оценкой: крашиться на кого-то (влюбиться), шипперить, байтить, забайтить на что-то (подцепить).

Как видим, язык активно реагирует на потребности быстро меняющейся жизни. Такое явление можно наблюдать в любые периоды развития, и лишь динамика сегодняшних изменений продолжает удивлять.

Литература:

1. «Ща инстикчекну и го» — почему молодежь коверкает язык до неузнаваемости: Интервью И. Б. Левонтиной: [Электронный ресурс]. URL: <https://www.pravmir.ru/shha-instik-cheknu-i-go-pochemu-molodezh-koverkaet-yazyik-do-neuznavaemosti/> (Дата обращения: 10.11.2019)

2. Мид, М. Культура и мир детства. Избранные произведения / М. Мид. — М.: Наука, 1988.

УДК 821.511.111

А.С. Алёшин

Я. Сёдерберг и И. А. Бунин в литературном и биографическом преломлении

A.S. Alyoshin

H. Söderberg and I. A. Bunin in literary and biographic refraction

Аннотация. В статье рассматриваются жизнь и творчество Я Сёдерберга и И. А. Бунина с точки зрения биографических и литературных параллелей.

Ключевые слова: творчество Я. Сёдерберга, творчество И. А. Бунина, шведская литература, русская литература.

Abstract. The article deals with the life and works of H. Söderberg in comparison with I. A. Bunin.

Key words: H. Söderberg works, I. A. Bunin works, Swedish literature, Russian literature.

В шведской и русской литературе первой половины XX в. можно обнаружить целый ряд интересных, и, на первый взгляд, случайных параллелей. В биографии и творческом пути некоторых авторов такие совпадения проявляются особенно ярко. Целью данной статьи является сравнение жизненного и творческого пути таких важных для литературы Швеции и России авторов, как Яльмар Сёдерберг и Иван Алексеевич Бунин.

Сёдерберг и Бунин — современники и почти одногодки. Я. Сёдерберг родился в 1869 г., И. А. Бунин — в 1870. Детство Сёдерберга прошло в Стокгольме в семье чиновника, Бунин был родом из обедневших дворян и провел детство в поместье Озерки Елецкого уезда, вдали от большого города. Эти обстоятельства во многом определили тематику творчества писателей. Сёдерберг стал одним из первых и самых ярких шведских авторов-урбанистов. Действие всех его самых значительных произведений происходит в Стокгольме, и в них постоянно фигурируют названия стокгольмских улиц, переулков и площадей. Бунин же регулярно обращался в своем творчестве к теме русского крестьянства и деревни, которую хорошо знал. Основные герои у Сёдерберга — стокгольмцы среднего класса, у Бунина — крестьяне и помещики. Однако, несмотря на различную среду обитания героев, обоих писателей роднит стиль, определяемый большинством исследователей как импрессионизм [1; 4; 5; 6]. И Сёдерберг, и Бунин не закончили своего образования. Сёдерберг учился в известной стокгольмской гимназии «Норра Латин», потом поступил в Упсальский университет, но проучился там всего лишь год [6]. Бунин не закончил даже Елецкую гимназию, перейдя на домашнее обучение [2]. Но обоих отличала огромная тяга к чтению, позволившая восполнить пробелы в классическом образовании, и, по-видимому, определившая характер их творчества — руководствоваться не готовыми теоретическими постулатами определенной литературной школы, а выработать свой собственный уникальный творческий почерк. И у Сёдерберга, и у Бунина он оказался близким к импрессионизму — стилю, опиравшемуся на мимолетные впечатления и ассоциации [1], но у обоих при этом в центре всегда оставалось реалистическое повествование.

Бунин дебютирует в литературе как поэт. Его первый сборник стихов выходит в 1891 г. в Орле. Он создает свои первые стихотворения, пронизанные ощущением непостижимости жизни в ее глубинном соприкосновении с тайной смерти, памяти и Прапамяти:

И первый стих, и первая любовь
Пришли ко мне с могилкой и весною... [2].

Одним из первых изданных произведений Сёдерберга становится сборник новелл «Миниатюры», две новеллы которого, «Собака без хозяина» и «Кюшмар», автор сам называет «стихотворениями в прозе». Известный шведский литературовед Л. Лотасс пишет: «Лирическое, даже почти что мечтательное настроение характерно для большинства этих коротких новелл, в которых контуры реальности, казалось бы, размываются, и импрессионистские мазки заставляют цвета сиять ярчайшим блеском» [6].

1900-е и 1910-е гг. являются самыми плодотворными десятилетиями для обоих писателей. Бунин в 1900-е гг. достигает вершин в поэзии (сборник «Листопад»), и лирическое начало активно проникает и в «малую» прозу Бунина этих лет, предопределяя развитие особого жанра лирико-философского рассказа и окрашивая как бытийные раздумья художника, так и касающиеся национального характера, исторических судеб России («Перевал», «Сосны», «Мелитон», «Антоновские яблоки», «Святые горы», «У истока дней» и др.). У Бунина импрессионистический поток образов, объединенных внутренними ассоциативными связями, сочетается с их предметно-бытовой и исторической достоверностью. Жанрообразующими факторами выступают здесь импрессионистическая «прерывистость» повествования, соединение далеких временных планов, музыкально-ритмическая насыщенность языка, символическая емкость деталей-лейтмотивов [2]. Безусловно, Бунин испытывает влияние классической и современной ему русской литературы. Его опыты в сфере бессюжетной лирической прозы, с одной стороны, роднили его с опытом зрелого Чехова, а с другой — включались в контекст жанровых новаций эпохи — эпохи модернизма (ранние рассказы Б. Зайцева, прозаические эскизы К. Бальмонта, печатавшиеся в начале века в «Южном обозрении» и т. д.).

Сёдерберг в это время пишет наиболее самобытные сборники новелл «Чужаки» (Främlingarna) и «Темнеет дорога» (Det mörknar över vägen). В этих сборниках наиболее ярко проявляется, по выражению Л. Лотасс, «особая грусть Сёдерберга, тихая серьезность и его импрессионистический взгляд» [6]. Здесь, конечно, напрашивается сравнение со сборником Бунина, имеющим очень похожее название — «Темные аллеи». Правда, у Бунина он вышел уже в конце жизни, в значительной степени подводя итог его многолетнему творчеству. Но и у Сёдерберга,

и у Бунина рассказы, составляющие названные сборники, во многом имеют схожую тематику: изображение старой Швеции (России), или уже ушедшей в прошлое (в случае Бунина), или уходящей (в случае Сёдерберга). Оба писателя жили в период, когда национальная история их стран сделала крутой поворот, при этом оба были представителями культурной элиты уходящей эпохи, по сути, одними из последних ярких ее представителей. Надо сказать, что Сёдерберг, безусловно, тоже подвергся влиянию классической русской литературы, прежде всего Тургенева, чье влияние на шведскую литературу осуществилось посредством датских писателей, и, конечно же, влиянию Достоевского. В 1905 г. выходит роман Сёдерберга, поставивший его в ряд великих шведских писателей, — «Доктор Глас». Роман, написанный в форме дневника, повествует о том, как главный герой решает убить пастора, терроризировавшего свою жену Хельгу и казавшегося ему воплощением зла, которое должно быть уничтожено. Однако убийство пастора не приносит счастья ни Хельге, ни доктору, обреченному на одиночество до конца своих дней. Сюжет романа, безусловно, отсылает к роману Достоевского «Преступление и наказание», известного тогда в Швеции под названием «Раскольников». Бунин же, хотя и критиковал Достоевского в течение всей своей жизни, также подвергся его влиянию в некоторых своих рассказах, например, «Петлистые уши» [3]. В 1912 г. Сёдерберг выпускает свой самый знаменитый роман — «Серьёзная игра», повествующий об истории любовных отношений главных героев в Стокгольме на протяжении 14 лет. В романе создается обширная панорама Стокгольма тех лет и прорабатываются тонкие психологические портреты его обитателей из разных слоев общества. Бунин же в это время также пишет, наверное, свои самые монументальные прозаические произведения — повести «Суходол» и «Деревня». Раздумья Бунина о кризисных сторонах национального сознания, исторических и метафизических истоках русской революционности, о нередком торжестве «азиатчины» в русской жизни — и одновременно постижение вековых основ народной нравственности, духовной сращенности крестьянина с землей, неповторимого опыта простонародного отношения к смерти — высветили антиномизм художественного мышления писателя, направленного на горько-отрезвляющее развенчание мифов о русской душе. Подобные интуиции Бунина органично вошли в литературный и общекультурный контекст эпохи [2]. Таким образом,

каждый из писателей создает монументальную картину жизни своей страны на том материале, который был ему хорошо знаком. При этом отношения с другими видными литературными деятелями эпохи не были простыми ни у Бунина, ни у Сёдерберга. Бунин критически относился к доминировавшим в ту эпоху в русской поэзии символистам и декадентам, а Сёдерберг нередко полемизировал с представителями неоромантизма, занимавшего лидирующее положение в литературе Швеции той поры. И тот, и другой держались обособленно, не вступая ни в какие литературные течения и объединения.

Значительную роль в жизни и творчестве обоих писателей сыграла эмиграция. Бунин навсегда покинул Россию в 1920 г., после революции и поражения Белого движения, очень тяжело переживая происходящее в стране и считая это концом России. До конца жизни Бунин проживал во Франции. Сёдерберг эмигрировал из Швеции на три года раньше, в столь судьбоносном для России 1917 г. Его отъезд в Копенгаген был связан прежде всего с личными причинами — он женился на датчанке Эмилии Восс, но, возможно, также и с тем, что ему более не находилось места в литературном процессе Швеции, которая в те годы активно менялась, пусть и не так драматично, как Россия. Бунин стал одним из немногих русских писателей, у кого в эмиграции начался новый плодотворный этап творчества. В 1920-е гг. Буниным создан ряд вершинных рассказов и повестей о любви: «Митина любовь» (1924), «Солнечный удар» (1925), «Дело корнета Елагина» (1925), «Ида» (1925) и др. Здесь в полную силу выражена намеченная ранее трагедийная концепция любви, рассматриваемой как взлет души, прорыв из «будней» к ощущению надвременного единства всего сущего, — и вместе с тем прочувствована катастрофическая краткость подобного наивысшего напряжения человеческого существа [2]. В значительной степени похожую концепцию любви можно найти во многих произведениях Сёдерберга. Но в эмиграции шведский автор обратился, в отличие от Бунина, к совсем другой теме — духовным исканиям и интерпретации христианства. Его самыми крупными работами этого периода являются романы «Иисус-Варавва» и «Преображенный Мессия». Его теория о том, что Варавва и Иисус Христос были одним и тем же лицом, вызвала бурную полемику и негодование, особенно со стороны церкви. Вероятно, именно непростой характер Сёдерберга, его исключенность из шведского литературного процесса и напряженные отношения с вид-

ными литераторами, входившими в Шведскую академию наук, стали причиной того, что Сёдерберг ни разу не был номинирован на Нобелевскую премию, хотя за годы его творчества премии удостоились почти все главные представители шведской литературы начала XX в. Бунин же стал лауреатом Нобелевской премии в 1933 г., когда после долгих дискуссий шведские академики решили выбрать из числа русских писателей-эмигрантов именно его. Сведений о знакомстве Бунина и Сёдерберга или каких-либо контактах между ними обнаружить не удалось, однако у них точно был по крайней мере один общий знакомый — Пер Халльстрём — писатель, поэт и секретарь Шведской академии в 1931–1941 гг. Именно его фельетон под названием «Эротикон» вызвал в 1908 г. резкую реакцию со стороны Сёдерберга, очевидно посчитавшего, что Халльстрём изобразил его в виде одного из персонажей, и именно Халльстрём, будучи секретарем Шведской академии, зачитывал речь о Буине на вручении ему Нобелевской премии в 1933 г. Премия позволила Буину поправить свое финансовое положение, которое, как и у Сёдерберга, было довольно плачевным в течение всей жизни.

Еще одной биографической параллелью между Сёдербергом и Буниным была жизнь в нацистской оккупации. Сёдерберг умер в оккупированном Копенгагене в 1941 г., Буину же посчастливилось выжить во время оккупации Франции и дожить до 1953 г. Сёдерберг до последних дней боролся с нацизмом, постоянно обличая его в своих текстах и выступлениях, Бунин называл свой сборник новелл «Тёмные аллеи» «антифашистской книгой», заявлял о решительном неприятии нацизма и радовался каждой победе советских войск во время войны, несмотря на то, что ненавидел большевизм как явление.

Таким образом, жизнь и творчество Я. Сёдерберга и И. А. Бунина имеют значительное количество эксплицитных и имплицитных параллелей, проявляющихся как в схожих чертах биографии, так и в совпадении общих тенденций в творчестве. Очевидно, данные авторы занимают схожее место в своих национальных литературах, что оставляет дополнительные возможности для дальнейшего сравнительного изучения их творчества.

Литература:

1. **Корецкая, И. В.** Импрессионизм в поэтике и эстетике символизма / И. В. Корецкая // Литературно-эстетические концепции в России конца XIX – начала XX вв. — М., 1975.

2. **Ничипоров, И. Б.** И.А. Бунин. Очерк творчества: [Электронный ресурс] / И. Б. Ничипоров. URL: <http://bunin-lit.ru/bunin/kritika/nichiporov-bunin-ocherk-tvorchestva.htm>

3. **Туниманов, В. А.** Бунин и Достоевский (По поводу рассказа И.А. Бунина «Петлистые уши») / В. А. Туниманов // Русская литература. — 1992. — № 3 — С. 55–73.

4. **Cassirer, P.** Stilen i Hjalmar Söderbergs “Historietter” / P. Cassirer. 1970.

5. **Kjellberg, L.** Stildrag i Hjalmar Söderbergs Förvillelser och Martin Bircs ungdom / L. Kjellberg. 1937.

6. **Lotass, L.** Hjalmar Söderberg: [Электронный ресурс] / L. Lotass. URL: <https://litteraturbanken.se>

УДК 372.881.111.1

Е. Н. Белова

Применение сервисов *Google Translate* и *Google Classroom* в условиях автономного обучения иноязычной грамматике студентов неязыковых вузов¹

Е. N. Belova

The use of *Google Translate* and *Google Classroom* services within autonomous foreign language grammar teaching-learning with reference to non-linguistic university students

Аннотация. В статье описывается принцип работы сервисов *Google Translate* и *Google Classroom*. Раскрываются их дидактические функции. Предлагается технология автономного обучения иноязычной грамматике студентов неязыковых вузов посредством этих сервисов.

Ключевые слова: *Google Translate*, *Google Classroom*, автономное обучение, иноязычная грамматика, студенты неязыкового вуза.

¹ Статья представлена заведующей кафедрой иностранного и русского языков СПбГУТ им. проф. М. А. Бонч-Бруевича, кандидатом филол. наук, доцентом Еленой Федоровной Сыроватской.

Abstract. The article describes the operating principle of *Google Translate* and *Google Classroom* services. Their didactic functions are revealed. The technology of autonomous foreign language grammar teaching-learning with reference to non-linguistic university students is offered.

Key words: *Google Translate*, *Google Classroom*, autonomous teaching-learning, foreign language grammar, non-linguistic university students.

В настоящее время большинство студентов неязыковых вузов злоупотребляет сервисом *Google Translate* на практических занятиях по дисциплине «Иностранный язык» при возникновении лексико-грамматических трудностей перевода научно-технических и научно-популярных текстов. Как следствие, у них формируется чрезмерная зависимость от подобной технологии, что отрицательно влияет на развитие критического мышления, автономии и иноязычной коммуникативной компетенции (в частности грамматической лингвистической). Именно сформированность этих качеств и способностей требуется от выпускников неязыковых вузов. Поэтому мы считаем, что следует технологизировать и автоматизировать учебный процесс, интегрирующий этот сервис.

По результатам проведенного нами анкетирования иноязычная грамматика выступает наибольшей трудностью для студентов неязыковых вузов. Поэтому наше исследование направлено на поиски оптимальной альтернативы традиционному обучению иноязычной грамматике студентов неязыковых вузов. Автономное обучение, целью которого является целостное развитие их автономии, обладает развивающим потенциалом и обеспечивает решение поставленной нами задачи. Его реализация позволяет интегрировать информационно-коммуникационные технологии в учебный процесс. Мы выбрали сервисы *Google Translate* и *Google Classroom* как средства обучения иноязычной грамматике студентов неязыковых вузов ввиду популярности ресурсов компании Google среди студентов. В результате проведенного нами анализа методической литературы и экспериментального исследования было выявлено, что сервис *Google Translate* выступает лингвистической базой, содержащей возможные варианты перевода языковых единиц научного текста, а сервис *Google Classroom* является необходимым дополнением сервису *Google Translate* как электронное учебное пособие и электронная тетрадь обучающихся. Результаты экспериментальных срезов показали, что при условии технологизации и алгоритмизации процесса обучения иноязычной грамматике через эти сервисы повышается уровень

развития автономии студентов и владения иноязычной грамматической лингвистической коммуникативной компетенцией.

Принцип работы сервиса *Google Translate* заключается в последовательном введении составляющих англоязычного предложения, поиске оптимальных вариантов перевода языковых единиц, последующем их комбинировании и оценивании адекватности полученного результата перевода. Информационно-коммуникационные технологии способствуют появлению в сервисе *Google Translate* системы кодирования и декодирования информации через нейронную сеть языковых единиц. Подобная система облегчает студентам работу с ним ввиду внедренного в него параллельного корпуса. Например, им необязательно учить правила употребления грамматических явлений [1; 2]. Эту деятельность можно сравнить с разгадыванием головоломок. Однако применение сервиса *Google Translate* требует развития когнитивных процессов студентов [1; 2; 3]. Им необходимо уметь наблюдать за лингвистическими особенностями научно-технического и научно-популярного текстов, анализировать и синтезировать их составляющие, сравнивать и искать более адекватные варианты перевода слов, словосочетаний, предложений. Обязательным условием выполнения адекватного перевода является развитие способности к контрольно-оценочной деятельности, т. е. корректированию и редактированию текста. Пунктуация, стилистика и синтаксис заслуживают особого внимания в процессе постпереводческой деятельности [3], хотя синтаксических трудностей все же меньше при работе с сервисом *Google Translate*, по сравнению с другими онлайн-переводчиками (например, система *Prompt*) [1; 2; 4].

Сервис *Google Classroom* как электронное учебное пособие и электронная тетрадь помогает студентам научиться эффективно применять сервис *Google Translate* в обучении. Сервис *Google Classroom* содержит методическое обеспечение автономного обучения иноязычной грамматике студентов неязыковых вузов и выступает инструментом реализации технологии автономного обучения иноязычной грамматике через добавляемые на этот сервис преподавателем учебные материалы, задания, тесты и опросы. Технология автономного обучения предполагает несколько этапов, реализующихся непосредственно самими студентами: презентация, закрепление, применение, контроль.

На стадии презентации преподаватель загружает учебный материал, содержащий инструкцию по самостоятельной работе с сервисами

Google Classroom, *Google Translate*, *Google Docs* и другими справочными материалами. Этот материал может содержать фоновые сведения, необходимые для выполнения письменного перевода научно-технического и научно-популярного текстов, поскольку экспериментальное обучение, проведенное со студентами неязыковых вузов, показало прямую корреляцию между наличием фоновых знаний студентов и адекватностью перевода англоязычного текста [5]. Можно добавить инструкцию по работе и с другими источниками. Как показывает экспериментальное обучение, проведенное со студентами языковых вузов, адекватность перевода достигается благодаря применению многообразия ресурсов [4].

Для реализации стадии закрепления преподаватель добавляет тест на сервис *Google Classroom*, контролирующий усвоение содержания учебного материала. Выполнение задания реализуется посредством интегрированного в него сервиса *Google Docs*. Последний используется на стадии применения усвоенного учебного материала и на стадии контроля. Задание состоит в переводе англоязычных научных текстов на русский язык посредством сервиса *Google Translate*. Студент создает документ со своим переводом и устанавливает настройки, обеспечивающие редактирование всем лицам, имеющим ссылку на файл. Стадия контроля предполагает редактирование полученного варианта перевода текста в соответствии с добавленными преподавателем вопросами к размышлению. Другие студенты могут участвовать в совместном процессе редактирования, тем самым создавая более адекватный вариант перевода текста. Происходит самоконтроль и взаимоконтроль, являющиеся важными показателями автономного обучения. При этом преподаватель может отслеживать учебную деятельность студентов, пройдя по ссылке на файл с заданием конкретного студента. На стадии контроля преподаватель может добавить опрос, реализующий итоговый контроль освоения грамматической темы. Студенты могут оставлять комментарии под каждым выполненным заданием, а другие студенты — отвечать на них. Таким образом при возникновении схожих трудностей исключается необходимость в дополнительном консультировании и инструктировании со стороны преподавателя.

В заключение следует отметить, что реализация сервисов *Google Translate* и *Google Classroom* позволит алгоритмизировать, автоматизировать и интенсифицировать учебный процесс, направленный на освоение иноязычной грамматики студентами неязыковых вузов в условиях

автономного обучения. Обеспечение сотрудничества студентов, развитие их когнитивных процессов, навыков и умений контрольно-оценочной деятельности и стимулирование ресурсного обучения через сервис *Google Classroom* обеспечит оптимальное применение сервиса *Google Translate* студентами неязыковых вузов.

Литература:

1. **Geitgey, A.** Machine learning is fun. P. 5: Language Translation with Deep Learning and the Magic of Sequences / A. Geitgey: [Электронный ресурс] // Medium: [сайт]. [21 August. 2016]. URL: <https://medium.com/@ageitgey/machine-learning-is-fun-part-5-language-translation-with-deep-learning-and-the-magic-of-sequences-2ace0acc8a0aa> (Дата обращения: 11.08.2019).

2. **Pleskov, P.** Машинное обучение это весело! Ч. 5: Перевод языков с помощью глубокого обучения / P. Pleskov: [Электронный ресурс] // Medium: [сайт]. [26 February. 2019]. URL: <https://medium.com/@ppleskov/машинное-обучение-это-весело-часть-5-51f40fbae4b0> (Дата обращения: 11.08.2019).

3. **Прошкина, И.** Как правильно переводить через Google Translate? / И. Прошкина: [Электронный ресурс] // Блог English Guru: [сайт]. [16 мая. 2015]. URL: <http://englishgu.ru/google-translate/> (Дата обращения: 11.08.2019).

4. **Панасенков, Н. А.** Опыт обучения студентов-лингвистов постредактированию машинного перевода (на материале англо-русского перевода с помощью систем “Google Translate”, “Яндекс Переводчик”, “PROMPT”) / Н. А. Панасенков: [Электронный ресурс] // Педагогическое образование в России. — 2019. — № 1. С. 55–60. URL: <http://elar.uspu.ru/bitstream/uspu/10687/1/povr-2019-01-08.pdf> (Дата обращения: 11.08.2019).

5. **Марус, М. Л.** Использование онлайн-словарей при обучении переводу в неязыковом вузе / М. Л. Марус, Ж. Б. Есмурзаева, Е. В. Новикова и др.: [Электронный ресурс] // Филологические науки. Вопросы теории и практики. — 2017. № 12 (78): в 4-х ч. Ч. 4. — С. 198–201. URL: <https://www.gramota.net/materials/2/2017/12-4/> (Дата обращения: 11.08.2019).

Толерантность как профессионально важное качество регионоведа¹

A. B. Bulatova

Tolerance as a professionally important quality of region studies experts

Аннотация. В статье рассматривается важность формирования толерантности для профессиональной подготовки бакалавра зарубежного регионоведения. Описываются разные виды толерантности, приводятся результаты эмпирического исследования и обсуждается роль иностранного языка в вопросах формирования рассматриваемого понятия.

Ключевые слова: регионоведение, профессиональная подготовка, профессионально важные качества, толерантность.

Abstract. The article deals with the importance of tolerance for professional education of foreign region experts. Different types of tolerance are described, the results of empirical studies are given, and the role of foreign language in forming tolerance is discussed.

Key words: region studies, professional education, professionally important qualities, tolerance.

При подготовке бакалавров к будущей профессиональной деятельности важно помнить, что структура готовности к любой профессиональной деятельности зависит от задачи и конкретных функциональных обязанностей, предъявляемых к выпускникам. То есть готовность по своей структуре соответствует содержанию и условиям профессиональной деятельности, которая изучается с помощью профессиографии. Результатом данного изучения выступает профессиограмма, представляющая собой описание системы требований, которые профессия предъявляет к человеку. Важным компонентом профессиограммы выступают профессионально-важные качества специалиста. Для бакалавра регионоведения таковыми, по мнению Т. Л. Бедаревой, являются: толерант-

¹ Статья представлена научным руководителем, доктором педагогических наук, профессором Ю. А. Комаровой.

ность, патриотизм, активная гражданская позиция, любознательность, профессиональный такт.

Как известно, направление подготовки «Зарубежное регионоведение» относится к группе «Политические науки и регионоведение» наряду с «Международными отношениями». В связи с тем, что фактически профиограмма и профессиональный стандарт регионоведа отсутствуют, при рассмотрении структуры готовности целесообразно использовать документы, регулирующие деятельность выпускников смежных направлений. Так, Кодекс этики и служебного поведения федерального государственного служащего в системе Министерства иностранных дел Российской Федерации предписывает своим сотрудникам «проявлять терпимость и уважение к обычаям и традициям народов России и других государств; учитывать культурные и иные особенности различных этнических, социальных групп и конфессий; способствовать межнациональному и межконфессиональному согласию». Иными словами, быть толерантными. В словаре по политологии [6] толерантность определяется как терпимость по отношению к другим людям, отличающимся по убеждениям, ценностям и поведению. Заметим, однако, что многие исследователи обсуждаемого понятия не соглашаются с отождествлением толерантности и терпимости (Г. Л. Бардиер, А. Л. Темницкий, В. А. Тишков, И. А. Стернин, Г. У. Солдатова, К. М. Шилихина), подчеркивая, что последнее в обыденном понимании в русском языке означает «способность, умение терпеть, мириться с чужим мнением, быть снисходительным к поступкам других людей, уступать им, пассивно принимая окружающую реальность» [1], в то время как толерантность проявляется активной жизненной позицией и считает недопустимым проявление нетерпимости. В. А. Тишков, доктор исторических наук, директор Института антропологии и этнологии Российской академии наук, демонстрируя различие между рассматриваемыми терминами, приводит пример: терпимость — это «когда я терплю, что моя церковь, а рядом с ней находится мечеть и синагога — все в одном квартале. А толерантность — это когда я, православный верующий, вместе с евреем-иудаистом помогаю мусульманину строить его мечеть» [2].

Фактически, заключает И. А. Стернин, данный концепт, придя в русский язык из английского, заполнил в родном языке лауну, существование которой объясняется спецификой социальных условий развития России (тысячелетняя борьба русского народа за выживание,

борьба с многочисленными врагами, социальный гнет) и спецификой ментальных установок русского национального сознания (тенденция к биполярному мышлению, нелюбовь к компромиссам и всему среднему, нашедшие выражение в языке: кто не снами — тот против нас, и нашим и вашим — плохой человек) [3].

С этой точки зрения интересно определение толерантности В. А. Тишкова: «Толерантность — это интерес, уважение и соучастие в культурно-другом, культурно-инаковом» [2]. Однако было бы недостаточным сводить определение толерантности только к культурным, этническим, конфессиональным аспектам. Наиболее полное определение толерантности дает Декларация принципов толерантности, утвержденная резолюцией 5.61 генеральной конференции ЮНЕСКО от 16 ноября 1995 г. Его суть состоит в том, что толерантность — активное отношение, формируемое на основе универсальных прав и свобод, проявляющееся в уважении, принятии и правильном понимании богатого многообразия культур, форм самовыражения и способов проявления человеческой индивидуальности и не означающее терпимого отношения к социальной несправедливости, отказа от своих или уступки чужим убеждениям.

Как отмечают участники круглого стола «Дипломатия как исторический институт толерантности», последняя становится особенно актуальной в условиях возрастания военно-силового аспекта конфликтности на региональном, этническом и конфессиональном уровнях. Значительную роль играет также и фактор деятельности на международной арене в условиях глобализации неправительственных движений, негосударственных и надгосударственных центров власти. В этой связи возрастает роль зарубежных регионоведов, оказывающих консультативные функции как государственным, так и коммерческим организациям. А как известно, в процессе переговоров лобье проявления интолерантности или неготовности к толерантности ведут к неудаче. Таким образом, поскольку «нетолерантный дипломат — это профессионально непригодный дипломат» [4], мы полагаем, что толерантность является атрибутивной сущностью регионоведа.

Существует большое количество видов толерантности: медицинская, экологическая, спортивная, музыкальная и др. Каждая наука рассматривает данный концепт применительно к своему предмету исследования. С точки зрения подготовки международных кадров выделяются следующие виды толерантности:

- профессиональная;
- коммуникативная;
- политическая;
- межпоколенческая;
- межэтническая;
- межконфессиональная.

Профессиональная толерантность рассматривается как тип отношения, для которого характерно уважение к выбранной профессии (чувство ответственности, преданности, профессионального патриотизма), отсутствие желания сменить ее при более выгодных условиях.

Под коммуникативной толерантностью понимают «способность личности и общества в целом к нормативному, этикетному, бесконфликтному, гармонизирующему общению, формирование у всей лингвокультурной общности в целом умения слушать собеседника и уважать его мнение, сохранять спокойствие в споре и конфликте, умение спокойно и этикетно вести и межличностный спор, и публичную дискуссию» [4].

Исследователь выделяет пять уровней коммуникативной толерантности: терпимость, уважение, эмпатию, доброту, общение.

1. Под *терпимостью* понимается способность подавлять в себе реакции негативизма в отношении чужого мнения, привычек, традиций, образцов поведения, иными словами, культуре в целом без попытки понять друг друга.

2. *Уважение* определяется как рассмотрение другого мнения в качестве имеющего право на существование наряду с другими, но без попыток взаимодействовать естественно, непринужденно на постоянной основе.

3. *Эмпатия* означает не только уважение другого мнения, но и попытку посмотреть на свои действия с позиции другой стороны, готовность взаимодействовать на этой основе.

4. Если человек пытается не только понять мотивы действий других, но и проявляет готовность принять другую позицию в случае необходимости, он демонстрирует *доброту*. Однако взаимодействие с другими осуществляется с позиций превосходства, сочувствия другому как более слабому, а не на равных.

5. На уровне *общения*, т. е. собственно общения и взаимодействия, как правило, на равных, проблема толерантности больше не воспринимается как таковая и изучается как самостоятельная категория.

Стремление отстаивать свою позицию и негативно оценивать другое мнение получило название *коммуникативной интолерантности* [5].

Под *политической толерантностью* понимают готовность прислушаться к мнению политических оппонентов, желание переубедить их или умение признать правоту их позиций.

Межпоколенческая толерантность рассматривается как признание возможности сотрудничать, использовать опыт и позитивные традиции во взаимоотношениях с родителями, старшим поколением.

Межэтническая толерантность проявляется тогда, когда люди уважают и признают равенство и свободу всех наций. На самом низком уровне межэтнической толерантности наблюдается только терпимость к чуждому этносу, в то время как собственная национальная идентичность ощущается в высшей степени. На более высоких уровнях толерантности совместное проживание на одной территории людей разных национальностей рассматривается как фактор, который обогащает культуры и способствует развитию общества в целом.

Межконфессиональная толерантность — уважение и признание чувств верующих независимо от веры. При этом для религиозной толерантности важно признавать положительную значимость определенной религии, в то время как безразличие влечет непонимание и взаимное отталкивание [5].

Анкетирование студентов, обучающихся по направлению «Зарубежное регионоведение», выявило, что большая часть студентов демонстрируют низкий (70% опрошенных) и пониженный (25%) уровень толерантности. Только 5% продемонстрировали средний уровень. Анкетирование проводилось с помощью «Вопросника для измерения толерантности», авторы В. С. Магун, М. С. Жамкочьян, М. Магура. Полученные данные свидетельствуют о необходимости целенаправленного формирования исследуемого качества. В этой связи неоспорима роль изучения языка и культуры в рамках культурологических подходов к обучению иностранным языкам, поскольку язык является неотъемлемой частью культуры. Последнее десятилетие активно обсуждаются вопросы формирования поликультурной языковой личности (Л. П. Халяпина, Т. Л. Гурулева и др.), возникшие в результате глобализации и информатизации, следствием чего становится сближение стран и народов и появление глобального взаимозависимого мира, в рамках которого расширяются политические, экономические и культурные связи между странами. Ино-

странный язык в данном контексте рассматривается как инструмент познания мировой культуры и национальных культур, а следовательно, способствует формированию толерантности различных видов.

Литература:

1. **Бардиер, Г. Л.** Научные основы социальной психологии толерантности: Учебное пособие / Г. Л. Бардиер. — СПб. : МИРС, 2007.
2. Толерантность — гармония в многообразии: заочный семинар. Вып. 5. / сост. О. В. Ковалева. — Новосибирск : ГБУК НСО НОЮБ, 2009.
3. **Стернин, И. А.** Коммуникативные аспекты толерантности / И. А. Стернин, К. М. Шилихина. — Воронеж, 2001.
4. **Темницкий, А. Л.** Формирование коммуникативной толерантности студентов МГИМО: проявления и факторы. / А. Л. Темницкий // Вестник МГИМО (Университета). — 2010. — № 2 (11). — С. 222–231.
5. **Темницкий, А. Л.** Социологические исследования толерантности студентов / А. Л. Темницкий. — М. : МГИМО., 2005
6. Политология: Словарь / В. Н. Коновалов. — М. : РГУ, 2010.

УДК 81.26

М. Р. Ванягина

**Язык Интернета — новая субкультура
коммуникации**

М. R. Vanyagina

Internet language as a new subculture of communication

Аннотация. В статье рассматривается интернет-субкультура коммуникации, основанная на принципах персонализации, симплификации, визуализации. Анализируются характерные особенности языка глобальной сети, например использование графонов, эрративов и интернет-сленга. Приводятся распространенные в интернет-коммуникации, преимущественно заимствованные из английского языка, названия сетевых реалий: твит, хэштег, мем, чат.

Ключевые слова: интернет-коммуникация, сетевая коммуникация, язык Интернета, виртуальная среда общения, субкультура коммуникации, интернет-сленг, графон, эрратив, твит, хэштэг, мем, чат.

Abstract. The article deals with the Internet subculture of communication, based on the principles of personalization, simplification, visualization. The characteristics of the global world net language are analyzed, for example, the use of cacography, erratic words and Internet slang. The names of network realities in Internet communications are borrowed mainly from English. They are tweet, hashtag, meme, chat.

Key words: Internet communication, network communication, Internet language, virtual communication environment, communication subculture, Internet slang, cacography, erratic words, tweet, hashtag, meme, chat.

В нашем информационно насыщенном мире человек уже не представляет своей жизни без Интернета. Общение, обмен информацией происходят в виртуальной среде посредством массовых коммуникационных сетей. Высокий темп современной жизни, развитие межкультурных связей, значительный объем накопленной и постоянно обновляемой информации, вовлечение большого количества молодежи в интернет-сообщества накладывают свой отпечаток на язык сетевой коммуникации. Язык меняется вместе со стремительно изменяющимся миром, так он отражает те тенденции, которые происходят в обществе. Складывается определенная субкультура интернет-коммуникации, которая функционирует по своим правилам.

Следует отметить, что данная субкультура крайне разнородная ввиду широкого охвата коммуникантов. Она включает различные формы коммуникации — от примитивного бытового общения до обсуждения специализированных тем в профессиональных сообществах.

Интернет-субкультура коммуникации имеет свои характерные особенности: использование сленга, сокращенных форм слов зачастую с нарушением языковой нормы; привлечение картинок и видео для апелляции к эмоциям, в качестве визуализации и для компенсации отсутствия невербальной формы общения в сети. К характеристикам интернет-коммуникации также относятся персонализация языка, группировка коммуникантов по группам интересов. Коммуникант может быстро войти в данную субкультуру без прохождения каких-либо церемоний или ритуалов, лишь подключившись к сети. При этом пользователь может оставаться анонимным, т. е. иметь разные роли, статусы и маски, выдавая себя за кого-то другого или за несуществующего идеального человека. Пользователи часто могут свободно выражать свое мнение, так как не имеют психологических препятствий, сопут-

ствующих живому общению. Широкая география использования Интернета позволяет общаться людям, которые в реальной жизни вряд ли могли бы встретиться и участвовать в совместной коммуникации.

Основные принципы функционирования интернет-субкультуры коммуникации: персонализации, симплификации, визуализации. В интернет-субкоммуникации допускаются приемы использования жаргона, графонов, эрративов.

Персонализация означает индивидуальную принадлежность фраз, высказываний. Каждая надпись имеет своего автора. Коммуниканты желают проявить свою индивидуальность и не затеряться в потоке коммуникации, поэтому им важно персонифицировать свою речь. Однако часто некоторые высказывания могут вирусно распространяться, размножаться, и авторство теряется. Персонализация может быть вымышленной, так как многие используют в интернет-коммуникации маски или анонимность.

Симплификация означает упрощение, выражаемое в компрессии языковых средств. Компрессия является следствием регулирования коммуникации, основанной на принципе наименьшего усилия или принципе экономии. Как известно, принцип экономии языковых средств был введен еще И. А. Бодуэном де Куртенэ [1]. Принцип языковой экономии рассматривают в основном применительно к устной обиходно-бытовой речи. Однако данный принцип применим и к письменной речи в интернет-коммуникации. Это подтверждает противоречивую природу сетевого субъязыка. Одна из его основных функций — это живое общение, обмен мнениями, суждениями и эмоциями. Однако форма его существования — письменная, что не свойственно для бытового языка. Поэтому эта система коммуникации приобретает характеристики обиходно-бытовой речи, а также имеет дополнительные особенности, присущие письменной речи, например возможность графического отображения интенции, оценки, характеристики.

Один из важных принципов сетевого субъязыка — визуализация. Визуализация может проявляться в графическом способе написания слов, например прописными буквами, разреженным шрифтом, применении разных цветов, выделении жирным, использовании знаков препинания в функции рисунков; либо с привлечением дополнительных объектов и технологий: смайлов, картинок, анимации, фото, видео и др. Графическая визуализация или отклонение от нормы может выражать

ся в использовании графонов и эрративов. Графон — умышленное искажение орфографической нормы, отражающее фонетические отклонения. В. А. Кухаренко определяет графон как «графическую фиксацию индивидуальных произносительных особенностей» [4. С. 30]. В интернет-коммуникации графон имеет функции аттракции (привлекает внимание), оценочную, словообразовательную, эмотивную (выражает эмоции). Среди часто встречающихся приемов использования графонов в Интернете можно выделить следующие:

- написание слова с использованием элементов других знаковых систем: цифр, символов: 100лица, о5, @убль, собак@;
- написание прописных букв вместо строчных: КЛАССный, НАдеть;
- использование букв и морфем из других языков, чаще английского: Петроff, VIPендриваться, МакСим;
- написание иноязычного слова или выражения русскими буквами, иногда в искаженной форме: *фэйс ту фэйс, респект и уважуха, сорян, ал би бэк*;
- опущение элементов слова с заменой или без замены точками или дефисом (чаще для избежания нецензурных слов): *идите на ..., полная Ж...*;
- ошибочное написание слова, отражающее произносительную норму: *одевацца, бэтээр, кавээщик*.

Ошибочное написание слов очень часто встречается в интернет-коммуникации. Иногда ошибки делают из-за неграмотности или незнания нормы. Но чаще слова пишутся ошибочно намеренно в целях экономии языковых единиц, для выделения слова или выражения или для придания особого эффекта. В этом случае мы говорим об эрративе — слове или выражении, искаженном умышленно. Можно привести множество примеров использования эрративов в сетевой коммуникации: *превед, низачот, медвед, зайчег, крevedко, убейся апстену, кро-сафчег*. Часто такой язык называют «падонкаффский» или «олбанский йезыг». Интернет-коммуникация часто использует определенный сетевой жаргон или интернет-сленг.

Главная характеристика интернет-сленга заключается в намеренном нарушении норм орфографии языка для выполнения экспрессивной функции. Зачастую выбирается ошибочное написание, наименее соответствующее орфографической норме: *жжош, выней йаду, аф-фтар, аццкий сотона, дафай*. Некоторые выражения пишутся слитно без пробела: *ржунимагу, яжмать*.

В интернет-коммуникации постоянно появляются новые реалии и слова, обозначающие их: смайл, эмодзи, пост, аватар, чат, публик, лайфхак, зачекиниться, твит, хэштэг, мем. Большинство из них англоязычного происхождения в связи с приоритетным использованием английского языка в Интренете.

Распространение виртуальных игр, блогов, социальных сетей, таких как Facebook, Instagram, ВКонтакте, Одноклассники, а также месенджеров и социальных сервисов, таких как Viber, Whatsapp, Tweeter, привели к появлению в русском языке множества новых слов, обозначающих современные понятия интернет-коммуникации.

Слово «твит» появилось с развитием сервиса микроблогов Твиттера (от английского “tweet” – щебетать, болтать). Оно означает текстовое сообщение длиной не более 140 символов. Ретвит — повторная публикация чужого или своего твита. Ограниченная длина записи отражает общую тенденцию языковой компрессии в Интернете. От вышеуказанных слов появились производные по правилам словообразования русского языка, например твитнуть, ретвитить. Ю. Е. Галямина утверждает, что «коммуникативный статус твита носит временный характер, не может быть закреплён за ним и не полностью зависит от намерений адресанта» [2. С. 14]. В твите пользователи часто применяют специальные маркеры хэштеги.

Хэштег — метка, используемая для распределения сообщений по темам в блогах и социальных сетях. Сообщения, в которых присутствует тот или иной хэштег, становятся маркированными и дают возможность интернет-пользователям найти тематическую информацию с помощью поиска. Изначально хэштег появился в твиттере, но затем распространился и на другие социальные сети. Хэштег имеет важную смысловую нагрузку, так как позволяет из огромного массива информации вычленивать главную мысль, сгруппировать сообщения по темам. Е. В. Кан выделяет пять функций хэштега: тематический маркер (#Санкт-Петербург), оценочное имя (#жалкий), предикативно-классифицирующую функцию (#школьные_нытики), модальную функцию (#ИМХО) и маркер самого себя (#больше#бы#радости) [3]. Помимо чисто языковых элементов интернет-субкультуры встречаются комбинированные или визуальные средства коммуникации: мемы, демотиваторы, смайлы и др.

Мем — медиаобъект интернета, нашедший отклик пользователей, чаще всего иронического содержания, стремительно приобретающий

популярность на определенное время, распространяясь с помощью средств сетевой коммуникации. Мем может быть картинкой, надписью, видео, звукорядом или сочетанием данных элементов. Известные мемы интернет-субкультуры: ждун, LOL (ЛЮЛ), сердитая кошка (crumpuscat). Мемы могут использовать кадры из известных телепередач, фильмов, мультфильмов, особые графические изображения для иллюстрации надписей.

Один из видов функционирования мема — демотиватор. Демотиватор представляет собой постер с надписью, оттеняющей или объясняющей смысл изображения. Демотиваторы бывают шуточные, ироничные, философские, социальные. Распространенные фразы, используемые в демотиваторах: *нельзя просто так взять и...; трудности перевода; ... уже не тот; зато честно; теперь все сошлось; а, нет, показалось; когда узнал, что..., моя жизнь — мои правила*. Творческая переработка известного или популярного изображения, картины, фотографии часто приводит к появлению в Интернете так называемых фотожаб. В интернет-коммуникации принято выражать свое мнение относительно разных явлений, постов, новостей. Пользователи пишут комментарии, ставят «лайки», иногда обсуждают информацию в чатах.

Чат (от англ. “chat” — болтать) — средство обмена письменными сообщениями в сети в режиме реального времени. В чате существуют свои правила, в нем переписываются участники определенной группы. Некоторые чаты имеют расширенные функции, например передачу звуковых и видео сообщений. За недопустимое речевое поведение администрация чата может забанить участника, т. е. запретить ему участвовать в чате. С развитием технологий возможности чатов постоянно растут. Появляются видеочаты, чат-боты.

Чат-бот — автоматизированная система общения с посетителями сайта, используемая сейчас в основном в коммерческих целях. Умные чат-боты автоматизируют общение с клиентами, отвечая на типичные вопросы и разгружая службу клиентской поддержки. Чат-бот, выполняя функции виртуального собеседника, может внести большие изменения в особенности коммуникации. Он показывает тренды всеобщей цифровизации во всех сферах.

Таким образом, интернет-коммуникация отражает актуальные тенденции развития языка. Язык — живой организм, который меняется вместе с обществом. Он функционирует согласно прогрессивным на-

правлениям коммуникации, приобретает новые особенности, которые предстоит рассмотреть филологам и лингвистам. Сетевая субкультура коммуникации еще недостаточно исследована, поэтому ее изучение представляется перспективным направлением лингвистики.

Литература:

1. **Бодуэн де Куртенэ, И. А.** Об общих причинах языковых изменений / И. А. Бодуэн де Куртенэ // Избранные труды по общему языкознанию. — М.: Изд-во АН СССР, 1963. — Т. I. — С. 222–254.

2. **Галямина, Ю. Е.** Лингвистический анализ хэштегов Твиттера / Ю. Е. Галямина // Современный русский язык в Интернете / ред. Я. Э. Ахапкина, Е. В. Рахилина. — М.: Языки славянской культуры, 2014. — С. 13–18.

3. **Кан, Е. В.** Хэштеги как новое лингвистическое явление / Е. В. Кан // Филологический аспект. — 2017. — № 1 (21): [Электронный ресурс]. URL: <http://scipress.ru/philology/articles/kheshtegi-kak-novoe-lingvisticheskoe-yavlenie> (Дата обращения: 24.10.2019).

4. **Кухаренко, В. А.** Практикум по стилистике английского языка / В. А. Кухаренко. — М.: Флинта; Наука, 2011.

УДК 821.111

Е. А. Горшкова

**«Повести о крестоносцах» Скотта:
проблематика и поэтика**

Е. А. Gorshkova

**“Tales of the Crusaders” by Scott:
problematics and poetics**

Аннотация. В статье рассматриваются два исторических романа В. Скотта «Обрученная» и «Талисман», входящих в «Повести о крестоносцах». Анализируются приемы, которые использовал автор для создания своих исторических романов. Особое внимание уделяется мотивам, позволившим писателю передать дух описываемой эпохи.

Ключевые слова: Скотт, исторический роман, крестоносцы, «Обрученная», «Талисман».

Abstract. The article deals with two historical romances by W. Scott “The Betrothed” and “The Talisman” included in “Tales of the Crusaders”. The techniques that author used for creating his historical romances are analyzed. Special attention is paid to the motives that allowed the writer to convey the spirit of the described epoch.

Key words: Scott, Historical Romance, Crusaders, “The Betrothed”, “The Talisman”.

Тема крестовых походов является животрепещущей для народов Европы и Ближнего Востока. Многие историки и писатели неоднократно обращались к ней, в том числе и В. Скотт, который создал цикл «Повести о крестоносцах», куда вошли два романа: «Талисман» (The Talisman, 1825) и «Обрученная» (The Betrothed, 1825). По словам литературного критика Ф. Р. Харта, «Обрученная» отличается сложным психологическим реализмом, а «Талисман» выразителен своей внешней формой [4].

Для создания своих исторических романов В. Скотт использовал многие художественные приемы, которые были характерны для английской прозы конца XVIII – начала XIX в. С их помощью ему удалось с достоверной точностью изобразить конкретные исторические события и передать дух эпохи.

Первое произведение этого цикла, «Обрученная» связан с темой возвращения крестоносца. Действие в романе происходит в XII в. в Англии времен Генриха II, отца Ричарда Львиное Сердце. Англию раздражают междоусобные войны. Главная героиня леди Эвелин теряет отца во время осады их замка валлийцами. Ее покровителем становится друг отца Хьюго де Ласи, коннетабль Честерский, с которым она обручается. Но на самом деле сердце ее принадлежит племяннику коннетабля Дамиану, который неоднократно спасает леди Эвелин и оказывает ей поддержку во время пребывания коннетабля Честерского в крестовом походе в Палестине. После многочисленных испытаний, которые Эвелин выдерживает с честью, она обретает счастье с Дамианом, а их союз благословляет вернувшийся из Палестины коннетабль.

Интересно отметить, что рукопись второго романа цикла повестей о крестоносцах «Талисман», который был написан после «Обрученной», находится сейчас в Государственном историческом музее в Москве [1].

События в романе «Талисман» происходят во время третьего крестового похода, когда Запад сталкивается с Востоком. В. Скотт показывает, что в некоторых ситуациях Запад уступает Востоку в мудрости, справедливости и веротерпимости. В предисловии к роману «Талисман» он пишет: «Эпоха, относящаяся непосредственно к крестовым походам, на которой я в конце концов остановился, была эпохой, когда воинственный Ричард I, необузданный и благородный образец рыцарства, со всеми его нелепыми добродетелями и столь же несуразными заблуждениями, встретился с Саладином; христианский английский монарх проявил тогда жестокость и несдержанность восточного султана, в то время как Саладин обнаружил крайнюю осмотрительность и благоразумие европейского государя, и оба они старались перешеголять друг друга в рыцарской храбрости и благородстве. Этот неожиданный контраст дает, по моему мнению, материал для романа, представляющий особый интерес» [3].

Главным героем романа является, однако, не Ричард Львиное Сердце, а шотландский принц Дэвид, который под именем простого рыцаря Кеннета отправляется в третий крестовый поход вместе с Ричардом I. Талисманом является целебный камень, при помощи которого султан Саладин, под именем лекаря Адонбека, излечивает Ричарда от болезни, и в конце романа он дарит этот талисман в качестве свадебного подарка принцу Дэвиду и родственнице Ричарда прекрасной леди Эдит, на руку которой сам Саладин претендовал.

В основу этих двух романов положена история влюбленных, браку которых препятствуют. В «Обрученных» это Эвелин и Дамиан, в «Талисмане» — Кеннет и Эдит. Как прием композиции «затрудненный брак» был известен еще со времен рыцарских романов Средневековья, и шотландский романист часто использовал его в своих произведениях [2].

Сюжеты этих двух романов во многом строятся по законам, позаимствованным В. Скоттом из законов построения сюжетов в готическом романе, где неизбежно наличие напряженной интриги, обилие ярких, наполненных событиями и приключениями эпизодов, раскрывающихся с помощью разнообразных приемов, к которым прибегает автор, чтобы заинтересовать читателя. К таким приемам относятся мотив тайны, мотив переодевания, мотив обманутого ожидания, мотив предсказания.

В романе «Талисман» мотив тайны проявляется как элемент судьбы героев: тайна принца Дэвида, тайна Альберика Мортемара и тайна Саладина (все они выступают в повествовании под другими именами). Тай-

на, связанная с героями, помогает лучше раскрыть их характер. Жизнь Энгаддийского отшельника полна таинственности, он предстает перед читателем в начале повествования в образе полубезумного фанатика, когда принимает в своей пещере Саладина в образе Ильдерима. Со временем мы узнаем о трагической судьбе этого отшельника, который был знаменитым крестоносцем задолго до описываемых событий. Он и его возлюбленная стали жертвами роковой страсти, вследствие чего она наложилась на себя руки, а он, обвиняя себя в ее гибели, стал вести жизнь отшельника. Принц Дэвид скрывает свое настоящее имя и положение, которыми мог бы заслуженно пользоваться в ставке крестоносцев, однако он участвует в крестовом походе как рядовой участник. В этом проявляются такие черты его характера, как скромность, верность долгу и своему сюзерену. Саладина окутывает двойная тайна. Он предстает перед читателем и как воин, и как врачеватель, и, наконец, как мудрый государь.

Прием переодевания логически вытекает из мотива тайны, он тоже имеет большое значение для развития сюжета, поскольку и Саладин, и принц Дэвид, и Альберик Мортемар носят своеобразную маску. Принц Дэвид выступает в роли бедного рыцаря Кеннета и тем как бы проявляет свою внутреннюю суть. Это рыцарь без страха и упрека, готовый в любую минуту прийти на помощь даме своего сердца. Альберик Мортемар выступает в роли проповедника и духовного наставника крестоносцев. Он представляет собой наглядный пример судьбы воина, отправившегося завоевывать чужие земли.

Саладин — тот персонаж, который стоит над событиями и другими действующими лицами. Он является связующим звеном между всеми сюжетными линиями романа, всегда появляется в нужном месте и в нужное время, чтобы оказать влияние на судьбы персонажей.

В романе «Обрученная» тоже имеется мотив переодевания, когда Хьюго де Ласи, возвратившись из крестового похода, приходит к своему племяннику в образе пилигрима. Здесь переодевание проявляется тоже как элемент судьбы героя, который, переодевшись пилигримом, пытается выяснить, как к нему относятся в родном краю.

В отличие от готического романа, где мотивы переодевания и тайны использовались для усложнения композиции, в романе Скотта эти мотивы служат для развития и углубления характеров персонажей.

В систему традиционных приемов, которые развивают действие, входит и предсказание. В романе «Обрученные» это предсказание Эвелин

ее судьбы в доме ее родственницы. В романе «Талисман» — это предсказание отшельника по звездам о том, что будущим супругом леди Эдит станет противник Ричарда, равный ему по положению, и этот брак послужит примирению двух народов. Здесь мы имеем дело не только с мотивом предсказания, но и с мотивом обманутого ожидания. Средневековье — время загадочное, для которого неизбежны предсказания, которые непременно должны исполняться. Можно ожидать, что Эдит выйдет замуж за султана Саладина, но этого не происходит. В действительности предсказание всё-таки исполняется, с той лишь разницей, что мужем Эдит становится не восточный государь, а наследник шотландского престола. Не зная о тайне принца Дэвида, отшельник ошибочно считал Саладина будущим избранником Эдит. Этот прием помогает романисту наглядно передать дух эпохи.

В романе «Обрученная» прием обманутого ожидания применяется в конце повествования, когда кажется, что Эвелин и Дамиан должны расстаться навсегда, чтобы остаться верными Хьюго де Ласи, однако этого не происходит, так как сам Хьюго де Ласи понимает, что если он ничего не предпримет, то сделает несчастными двух дорогих ему людей, поэтому он разрывает свою помолвку с Эвелин, освобождая ее от данной ему клятвы.

Подводя итоги, можно сказать, что, используя многочисленные приемы для создания этих двух исторических романов, автор стремится психологически убедительно вписать реальных и вымышленных действующих лиц в общеисторическую панораму эпохи.

Литература:

1. **Алексеев, М. П.** Русско-английские литературные связи (XVIII век – первая половина XIX века) / М. П. Алексеев // Литературное наследство. — Т. 91 / Ред. В. Р. Щербина. — М. : Наука, 1991.
2. **Реизов, Б. Г.** Творчество Вальтера Скотта / Б. Г. Реизов. — М. ; Л. : Художественная литература, 1965.
3. **Скотт, В.** Граф Роберт Парижский. Талисман / В. Скотт. — Л. : Лениздат, 1988.
4. **Hart, F. R.** Scott's Novels. The plotting of Historical Survival / F. R. Hart. — Charlottesville : University Press of Virginia, 1966.
5. **Scott, W.** Waverley Novels. Large type Border Edition in 24 vols. Vol. 19. The Betrothed and the Talisman / W. Scott; ed. by A. Lang. — London: John C. Nimmo, 1899.

Медиатекст как отражение медиакультуры

К. V. Zemlyakova, , O. V. Ryabukha

Mediatext as reflection of mediaculture

Аннотация. В статье рассматриваются характерные особенности отражения культуры в медиатекстах. Приводится определение медиакультуры и дается характеристика особенностей медиатекста. Рассматриваются приемы лингвистического манипулирования для создания медиатекста, влияющего на формирование общественного сознания.

Ключевые слова: медиатекст, медиакультура, контекстуальная информация, приемы лингвистического манипулирования.

Abstract. The article considers the key issues of representing culture in media texts. A definition of mediaculture is given and typical features of media texts are analyzed. The article considers the structural principles of media texts organization and examines methods of linguistic manipulation and its role in forming the opinions of the society on the acute issues.

Key words: media text, media culture, context information, methods of linguistic manipulation.

Медиатекст рассматривается как «динамическая сложная единица высшего порядка, посредством которой осуществляется речевое общение в сфере массовых коммуникаций» [1].

Одной из специфических черт медиатекстов является их релевантность и актуальность на данный момент, они оперативно предоставляют читателю новейшую информацию из совершенно разных сфер деятельности человека. Как пишет Р. П. Мильруд, «тексты и гипертексты, по всей вероятности, не могут не содержать в себе информацию, релевантную для понимания культуры иного народа» [2]. На них оказывают внушительное влияние экстралингвистические факторы. Разнообразие тематики — от политического и научного дискурса до повседневных реалий — сопряжено со стилистическим многообразием медиатекстов, они включают в себя языковые элементы, характерные для различных жанров.

Медиатексты отражают состояние современной культуры, позволяют получить представление о состоянии общества, его ценностных ориентирах и национальной культуре мира, тем самым можно говорить об отражении медиакультуры в медиатекстах. Медиакультура — «совокупность информационно-коммуникативных средств, материальных и интеллектуальных ценностей, выработанных человечеством в процессе культурно-исторического развития, способствующих формированию общественного сознания и социализации личности. Медиакультура включает в себя культуру передачи информации и культуру ее восприятия; она может выступать и системой уровней развития личности, способной читать, анализировать, оценивать медиатекст, заниматься медиатворчеством, усваивать новые знания посредством медиа» [3].

Медиатекст отличается богатством контекстуальной информации, и взаимодействие содержания, экстралингвистических и экстратекстуальных черт, если оно усвоено читателем, значительно меняет понимание медиатекста. Это понимание неразрывно связано с апперцепцией, воздействием предыдущего опыта человека на его восприятие как действительности, так и лингвистической информации. Предыдущий опыт человека и содержание его психической деятельности идентифицирует читателя как представителя определенной национально-культурной группы. Автор медиатекста, как правило, представляет свою целевую аудиторию и соизмеряет свою позицию с позицией читателя. Причем этот процесс является двусторонним, и автор подстраивает структуру своего текста и выбор лексических средств, чтобы определенным образом сформировать мнение читателя по освещаемому им вопросу, и сам автор несвободен от определенных демографических характеристик, зачастую определяющих его речевое поведение. Возраст, пол, этническая принадлежность, уровень дохода, место проживания, политические убеждения и пр. в отдельности не играют решающей роли, но в совокупности составляют профиль автора, со свойственными ему лингвистическими моделями.

Автор медиатекста не столько излагает происходящие события и передает свое отношение к ним, сколько влияет на формирование общественного мнения. Для этого при конструировании текста применяется ряд приемов манипулятивного воздействия:

1. Подмена фактов оценочными суждениями:

After a brief and failed attempt to get back into power as a candidate for President in 2008, he returned to the money game.

Not by chance are ISIS, al-Qaeda and their offshoots found in the globe's least-governed locations.

...in an effort to unseat the city's *progressive leadership* in favor of *contenders* who, while still Democrats, take more moderate positions on fiscal issues.

As cities *become more liberal nationwide*, tensions between business leaders and elected officials are likely only to rise.

Выражения *least-governed locations, liberal nationwide, progressive leadership* благодаря автору приобретают фактически доказанный статус, предъявляются как данность. Эта позиция обеспечивает такой формулировке статус чего-то общепризнанного и общеизвестного.

2. Подмена понятий / Doublespeak:

Iraqis suffered tens of thousands of *casualties*, где *casualties* является политически корректным эвфемизмом слова *deaths*.

3. Наклеивание ярлыков:

Their involvement underscores that this is *a global* fight: the U.S. is *not* going it *alone*. Через сочетание прилагательного *global* в одном ряду с названием страны и отрицанием *not alone* США представляется читателю как главная сила по борьбе с мировым терроризмом.

4. Использование эмоционально-окрашенной лексики:

...and, during almost a year in custody, *turned* his prison tent *into* an *incubator of extremism*.

An Oct. 16 proposal for new taxes had prompted hundreds of thousands of people from across sectarian divides to come together and voice discontent *at corruption and economic mismanagement*; marchers welcomed the news of Hariri's resignation but remained on the streets.

British politics has been marked by *extreme* volatility of late.

After three decades of democracy, *cynicism about politicians is as widespread* as it is in western Europe. Существительные *democracy, cynicism, politicians* в одном ряду недвусмысленно представляют несостоятельность политики, а прилагательное *widespread* подчеркивает масштаб общественной оценки по отношению к политикам, выражения к ним повсеместного циничного отношения.

5. Апелляция к таким ценностям, как *freedom, democracy, independence, stability, wealth*:

... about the true value of money, about competing economic systems, and about the *hopes, freedoms* and tensions of reunifying a country. В па-

раллельные конструкции с многосоюзием встроены лексемы со значением базовых ценностей современного благополучного общества: деньги, конкурентные экономические системы, надежды, свободы, страна. Автор охватывает сразу несколько сторон описываемых проблем, подчеркивая значимость каждой из них.

6. Использование ассоциаций, как правило, часто встречается в заголовках, кратких, но броских:

Loser take all (по аналогии с названием песни группы ABBA “The Winner Takes It All”), *In search of lost crime* (отсылка к роману “In search of lost time” М. Пруста).

7. Использование неологизмов и окказионализмов:

The *weaponization* of nude images is a 21st century sex crime.

8. Использование устойчивых сочетаний, фразеологизмов:

Al-Baghdadi, Born Ibrahim Awad Ibrahim Ali al-Badri 48 years ago in a village in central Iraq, took his *nom de guerre* from the capital city, where he got a Ph.D. in Quranic studies.

The resulting full report, which included all 3,285 patients, revealed a *rosier picture*.

...were killed by U.S. forces *in tandem with* the Iraqi government.

9. Мультимедийные включения, которые могут выполнять двойственную функцию: во-первых, служить зрительным или иным образом, подтверждающим авторскую позицию, во-вторых, содействовать формированию разнопланового информационного потока, призванного отвлечь внимание от основных проблем и событий.

10. Апелляция к авторитетному мнению, специально приглашенному для лоббирования определенных интересов.

Продемонстрированные приемы и некоторые другие способы выражения авторского видения не только выполняют информативную задачу, но и служат средствами лингвистического воздействия на аудиторию.

Литература:

1. **Лисицкая, Л. Г.** Прагматическая адекватность медиатекста: взаимодействие контента и аксиологии : диссертация на соискание ученой степени доктора филологических наук / Л. Г. Лисицкая. — Краснодар, 2010.

2. **Мильруд, Р. П.** Язык как символ культуры / Р. П. Мильруд // Язык и культура. — 2013. — № 2 (22). — С. 43–60.

3. Кириллова, Н. Б. Медиакультура: от модерна к постмодерну / Н. Б. Кириллова. М. : Академический проект, 2005.
4. Time. — Vol. 194. — № 20/2019. — November 11. — New York, 2019.
5. The Economist. — November 2nd–8th 2019. — The Economist Group, UK.

УДК 811.161.1

Е. И. Зиновьева, Маньхуа У

«Скромный человек» в русском языковом сознании

Е. I. Zinovieva, Manhua Wu

The “modest man” in Russian linguistic consciousness

Аннотация. Статья посвящена выявлению стереотипного представления о человеке, называемом скромным, в русском языковом сознании. Приводятся результаты анкетирования носителей русского языка и данные свободного ассоциативного эксперимента.

Ключевые слова: анкетирование, скромный, ассоциативный эксперимент, стереотипное представление.

Abstract. The article is devoted to the identification of the stereotypical image of a person that is modest in the Russian linguistic consciousness. The results of the survey of Russian native speakers and the data of the free associative experiment are presented.

Key words: survey, modest, associative experiment, stereotypical image.

В толковых словарях русского языка прилагательное *скромный* (о человеке) определяется следующим образом: «1. Лишенный тщеславия, высокомерия, не выставляющий напоказ своих достоинств, заслуг; 2. Сдержанный в обращении, поведении, в словах, поступках» [1. С. 122]; «1. Сдержанный в обнаружении своих достоинств, заслуг, не хвастливый; 2. Сдержанный, умеренный, простой и пристойный» [2. С. 892].

Целью исследования явилось выявление стереотипного представления о скромном человеке, существующего в языковом сознании носителей русского языка. Для достижения поставленной цели было проведено анкетирование носителей языка и свободный ассоциативный цепочечный эксперимент.

В анкетировании приняли участие 80 русских респондентов. Анкетироваемым были предложены следующие задания: 1. Объясните, пожалуйста, значение прилагательного «скромный», приведите толкование этого слова; 2. Напишите, пожалуйста, словосочетания с прилагательным «скромный»; 3. Укажите, пожалуйста, черты характера и черты поведения скромного мужчины и скромной женщины; 4. Напишите, пожалуйста, близкие по значению слова к прилагательному «скромный»; 5. Как вы считаете, быть скромным — это положительное или отрицательное свойство личности?; 6. Ответьте, пожалуйста, на вопрос, считаете ли вы себя скромным человеком; 7. Как вы считаете, есть ли граница, за которой скромный человек воспринимается негативно? Объясните свою точку зрения. В ходе свободного цепочечного эксперимента испытуемые должны были отреагировать любыми языковыми единицами, пришедшими им в голову в течение 5–7 минут.

Возраст русских респондентов варьировался от 17 до 79 лет, в опросе участвовали 69 лиц женского пола и 12 лиц мужского пола различного рода занятий. При выполнении заданий анкеты возрастных и гендерных различий в ответах респондентов зафиксировано не было.

Можно отметить два типа ответов на первый вопрос: одна группа информантов определяла прилагательное «скромный» через перечисление свойств личности, присущих, по их мнению, такому человеку. Скромный — это вежливый, нетребовательный, тихий, деликатный, тактичный, непритязательный, замкнутый, робкий, стеснительный, застенчивый, сдержанный, немногословный человек, довольствующийся малым, благодарный, спокойный. Вторая группа информантов привела развернутые определения, фиксирующие типичные черты поведения человека, называемого скромным. Например: *Человек, не высказывающий повсеместно свое мнение, воспитанный, стесняющийся иногда, не требующий никаких благ, кроме тех, что ему предоставили, неприщедливый; не считающий себя лучше других, не выставляющий напоказ свои достижения и материальное благополучие, не требующий себе похвал и вознаграждений сверх меры; человек, который стесняет-*

ся проявлять себя или же не демонстрирует свои достижения. В целом все приведенные определения содержат те же семы, что и толкования лексикографических источников. Но в ответах респондентов встретились и некоторые дополнения: информанты отмечали деликатность и тактичность скромного человека, умение контролировать свои эмоции, отсутствие эгоизма, умение довольствоваться малым, немногословность, например: *Человек, не выделяющийся из окружающей среды, не нарушающий границ чужой личной сферы, скрывающий свое эмоциональное состояние, не противопоставляющий себя окружающим; думающий о других больше, чем о себе; человек, умеренный в запросах касательно материальной сферы; ограничивающий запросы; необщительный, скрытный, не любит выступать на публике; человек, который обычно тихо говорит, не демонстрирует свои эмоции на людях, человек больше слушающий и наблюдающий, чем говорящий* и др. Обращает на себя внимание тот факт, что в большинстве данных информантами дефиниций скромный человек выступает как стеснительный: *тот, который стесняется; человек, пребывающий в стеснении, застенчивый человек; стеснительный, робкий, нехвастливый; порой боязливый; робкий, застенчивый; не выделяющийся чем-либо из массы, стеснительный* и подобные. Интересен один из ответов: *Что-то между стеснительный и интеллигентный*. Респонденты отметили также склонность скромного человека не выделяться своим внешним видом, одеждой: *старающийся не выделяться ни одеждой, ни высоким происхождением, ни знаниями, умеренный во всем; не привлекающий внимания к внешнему виду; который небогато, невзрачно одевается* и др.

Приведенные словосочетания с прилагательным «скромный» показывают, что в сознании информантов лидируют молодые люди-носители этого свойства: *скромная девушка, девочка* — 32 ответа, *скромный парень* — 12, *скромный мальчик* — 8, *молодой человек* — 2, *юноша* — 6, *ребенок* — 3. По гендерному критерию «скромные» лица женского пола не намного опережают лиц мужского пола: 57 и 51 ответ, соответственно. По частотности словосочетаний с прилагательным, где существительное обозначает род занятий носителя свойства, выделяются *скромные учителя* обоего пола, *ученики* и *ученицы*, *профессор* и *служащий*.

Ответы, характеризующие скромного мужчину и скромную женщину, разделились на две группы. 50% информантов ответили, что разли-

цы нет. Например: *Кажется, тут нет какой-то связи с полом; полагаю, нет разницы между чертами характера и поведения скромного мужчины и скромной женщины: не хвастается, немногословен(на), не старается привлечь внимания, держится в тени.*

Другая часть респондентов имеет различное представление о «скромном» представителе того и другого пола. **Скромный мужчина** — *молчаливый, не на виду; тихий, незаметный, недорого одетый; внимательный к окружающим, уступающий им первенство; не «выпячивает» себя, галантен, заботливый, но может быть и мягкотелым; скромный мужчина уступает место женщине в транспорте, не ругается матом, хороший семьянин; Скромный мужчина — не пристаёт к женщинам и др.* **Скромная женщина** — *не одевающаяся кричаще, застенчивая; некапризная, неяркая, не заигрывающая с мужчинами, тихая, не требующая к себе повышенного внимания; женщина — не распушенная; скромная женщина не курит, не пьёт, ей тяжело найти мужчину, тихая, робкая, добрая; не кичится своей красотой; отсутствие макияжа; скромная женщина одета неброско, неярко, без крупных украшений, когда ее хвалят, она как будто оправдывается за свои результаты, говорит, что ей всячески помогали другие; скромная женщина — интроверт, немногословна, держится в тени других людей, неброско одетая, с гладкой причёской, интеллигентна; незаметная, неприметная, ненакрашенная, скромно одетая (небогато, нероскошно, туфли на низком каблуке и т. п.) и др.*

Встретились и категоричные мнения: *скромный мужчина — нонсенс; скромная девушка — невыразительная; скромный мужчина — странное сочетание, скорее — скромный мальчик, с тихим голосом, краснеет от похвалы.*

В качестве близких по значению к прилагательному «скромный» слов привели (в порядке убывающей частотности) следующие: *тихий* (29 ответов), *сдержанный* (24), *застенчивый* (20), *спокойный* (15), *стеснительный* (13), *воспитанный* (11), *робкий* (10), *непритязательный* (8), *незаметный* (7), *нехвастливый* (6), *умеренный* (5), *кроткий* (4), *неактивный, нерешительный, простой* (по 3 ответа), *самоотверженный, целомудренный, неприметный, скрытный, серый, нетребовательный, благовоспитанный, неопытный, закрытый, стесняющийся* (по 2 ответа), остальные ответы оказались единичными. Из данного

материала очевидно, что некоторые из приведенный информантами прилагательных являются синонимами, другие — наименованиями свойств личности, присущими, по мнению анкетизируемых, скромному человеку.

49 % опрошенных считают себя скромными людьми, 25 % себя таковыми не считают, а 36 % бывают скромными в зависимости от ситуации.

Большинство информантов ответили, что есть определенная граница, за которой скромность как свойство личности воспринимается негативно. Это происходит, по мнению информантов в следующих ситуациях:

1. Когда скромность является показной: *Скромность должна быть искренна. Особенно, когда за ложной скромностью скрывается гадюка; скромность может восприниматься негативно либо как показная, фальшивая, маскирующая гордыню либо как слабость и отсутствие здоровой амбициозности.*

2. Когда скромность вредит в работе: *скромность вредна в деловых отношениях, по крайней мере, в современном мире; в команде скромный человек воспринимается как тормозящий общую работу, неамбициозный (поэтому бесполезный); в сфере бизнеса, шоу-бизнеса это качество чаще воспринимается как неуверенность в себе и неумение себя подать.*

3. В том случае, когда сам человек страдает от этого свойства личности: *На нем все ездят, безропотный; Когда из-за скромности человека начинают унижать, использовать другие люди; если человек слишком сильно стесняется, то он будет восприниматься как неуверенный в себе, и если будет заниматься самоуничижением и сильно занижать свои достоинства. Я бы не сказала, что это негативное свойство личности. Скорее всего, это может негативно сказываться на жизни самого человека, так как это может мешать ему достигать своих целей.*

4. Если скромность делает человека некоммуникабельным, переходит в нерешительность, замкнутость, зажатость: *скромный человек воспринимается негативно, если он совершенно беспомощен в общении; скромный в значении нерешительный — негативное качество; если скромность превращается в зажатость и закрытость — это зачастую воспринимается негативно; если человек необщительный,*

замкнутый, зажатый; В том случае, когда его стеснительность мешает взаимодействию, коммуникации.

5. В определенной социальной группе, где это свойство личности не приветствуется: *в обществе, где скромность является отталкивающим признаком (например, в школьной среде).*

6. Если скромность является чрезмерной, избыточной: *избыточная скромность ведет к пассивности, неумению противостоять злу; Чрезмерная скромность: боязнь сказать или сделать что-то необходимое, нерешительность; это замыкает человека в себе, тормозит его развитие в социуме.*

7. Некоторые информанты справедливо полагают, что скромность утрачивает положительную оценку, когда переходит в другие свойства личности: *Несмотря на то, что в речи мы используем степени скромности, например, «не очень скромный», «чрезчур скромный», негативный оттенок появляется, по-моему, в тех случаях, когда речь идет уже о «робком», «застенчивом», «стеснительном»; когда скромный человек превращается в безвольного.*

В проведенном ассоциативном эксперименте на стимул «скромный» выделяются следующие разряды ассоциатов:

1) Наименования лиц: *человек, преподаватель, студент, ученый, патриарх, учитель, рыцарь, друг, спортсмен, чемпион, писатель, бизнесмен, девушка, мальчик.*

2) Наименования свойств личности: *тихий, угрюмый, стеснительный.*

3) Самую объемную группу ассоциатов составили прецедентные феномены: прецедентные имена — имена писателей: *Достоевский, Гоголь*; имена философов: *Гегель, Диоген*; имена политических деятелей: *Ленин*; имена актеров: *Евгений Леонов, Евгений Евстигнеев, Мягков* в фильме «Служебный роман»; имена литературных героев: *Татьяна Ларина, Башмачкин, Алеша Карамазов, князь Мышкин, Акакий Акакиевич, Самсон Вырин, Хаврошечка, Иван-дурак, Макар Девушкин, Тихон* из «Грозь» А. Н. Островского, *Маша Миронова* из «Капитанской дочки», *Максим Максимович, Настенька* из «Морозко», *Дуняша* из «Станционного смотрителя», *Пьер Безухов, Сонечка Мармеладова, Матрена* (из «Матренин двор»), *Золушка, Червяков* из «Смерти чиновника», *Левин* из «Анны Карениной», *Джен Эйр*; названия произведений и кинофильмов: сказка *«Заяц-хвостун»*, фильмы *«Красотка», «Скром-*

ное обаяние буржуазии», «Москва слезам не верит». Прецедентные высказывания: скромность украшает человека, «молчи, скрывайся и таи и чувства, и мечты свои», «жил на свете рыцарь бедный», «я теперь скромнее стал в желаньях», «скромность — мать великих деланий» и многие др.

Таким образом, портрет скромного человека в русском языковом сознании выглядит следующим образом: это человек сдержанный, не хвастливый, не стремящийся выделиться из окружающей социальной среды, не выпячивающий свои достижения и материальное благополучие, воспитанный, умеющий контролировать свои эмоции, немногословный. Часто такой человек является застенчивым и стеснительным. Скромную женщину характеризуют те же качества, но стереотипное представление о ней добавляет еще такие характеристики, как умение элегантно, но не броско одеваться, не носящая крупных украшений, умеренно пользующаяся макияжем, не распушенная, не кичащаяся своей красотой.

Прилагательное «скромный» в русском языковом сознании в основном имеет мелиоративную оценку. Скромный человек начинает восприниматься негативно, когда его скромность переходит в пассивность, чрезмерную застенчивость и робость, отсутствие инициативы. Тогда это свойство личности становится помехой в рабочих делах и межличностных отношениях.

Общая когнитивная база носителей русского языка обуславливает появление в ассоциативном поле на стимул «скромный» большого количества прецедентных феноменов — прецедентных имен героев литературных произведений, писателей, героев кинофильмов, прецедентных высказываний.

Литература:

1. Словарь русского языка в четырех томах. Т. IV. — М. : Русский язык, 1988.
2. Толковый словарь русского языка с включением сведений о происхождении слов / Отв. редактор Н. Ю. Шведова. — М. : Издательский центр «Азбуковник», 2007.

**Теория транзакций Э. Берна в обучении
профессиональной коммуникации
на английском языке**

О. Г. Минина

**Transaction theory by E. Berne in teaching professional
communication in English**

Аннотация. В статье рассматриваются некоторые аспекты теории транзакций Эрика Берна, а именно ролевые аспекты личности и дополнительные и пересекающиеся транзакции с точки зрения эффективности профессиональной коммуникации вообще и на английском языке в частности. Автор приводит и анализирует примеры из политического дискурса, словарных дефиниций и e-mail-коммуникации, определяя ролевое соотношение коммуникантов и тип транзакций. В конце делается вывод о том, что теория транзакций Эрика Берна может быть эффективно использована при обучении студентов профессиональной коммуникации на английском языке.

Ключевые слова: теория транзакций Эрика Берна, ролевые аспекты личности, дополнительные и пересекающиеся транзакции, профессиональная коммуникация.

Abstract. The article considers some aspects of Eric Berne's transactional theory, namely the role aspects of personality, complementary and crossed transactions, from the point of view of professional communication efficiency in general and in English in particular. The author gives and analyzes examples from political discourse, dictionary definitions and e-mail communication, indicating the speakers' roles and the type of transactions. In the end, the author concluded that Eric Berne's transactional theory can be effectively used in teaching students professional communication in English.

Key words: Eric Berne's transactional theory, personality role aspects, complementary and crossed transactions, professional communication.

В современном обществе наряду с профессиональными знаниями и навыками особое значение для успешного взаимодействия в международном пространстве приобретают soft skills и профессиональные коммуникативные компетенции.

Теория транзакционного анализа Эрика Берна может быть успешно использована для объяснения некоторых актуальных аспектов профессионального взаимодействия, в частности с позиций социально-межличностных ролей. Остановимся на ней более подробно.

Транзакционный анализ Э. Берна [1] возник и сформировался в середине XX в., когда создавались теория речевых актов и прагматика, лингвистическая философия и общая теория систем. Это было время всеобщего осмысления законов человеческого общения, резко менявшихся в связи с возникновением информационных технологий и искусственного интеллекта.

Один из аспектов теории заключается в выделении у каждого человека трех психологических ролей, или составляющих личности: Ребенка, Родителя и Взрослого. В каждой ситуации общения человек реализует одну из этих ролей, а иногда и две, если задействуются имплицитные уровни общения. Коммуникация складывается из минимальных единиц общения — транзакций, каждая из которых включает в себя Стимул и Реакцию. Если эти транзакции дополнительные, т. е. Стимул вызывает ожидаемую и адекватную Реакцию, то коммуникация протекает сколь угодно без нарушений. То есть, например, Ребенок адресанта обращается к Родителю адресата и получает ожидаемую ответную реакцию. Но если в ответ Реакция следует со стороны Взрослого, то коммуникация нарушается, возникает непонимание и прекращение общения. Такие транзакции названы Э. Берном пересекающимися.

В практике профессионального общения действуют те же правила. Умение выстраивать адекватные ожидания и давать адекватную реакцию на стимул имеет большое значение и является составной частью эмоционального этикета. Как и умение распознавать причины нарушения коммуникации с точки зрения транзакционного анализа.

Рассмотрим некоторые примеры профессиональных текстов, в которых имело место переключение социальных ролей коммуникантов, последствием чего стало нарушение коммуникации.

Пример 1. “We’re going to have to take measures outside the UN to strengthen and deepen and broaden the international community pressure on Assad,” State Department spokeswoman Victoria Nuland said yesterday [2].

Пример 2. «... мы заявили, что хотим видеть Россию и КНР на стороне сирийского народа, эти страны должны остановить кровопролитие

и оказать влияние на Башара Асада и сирийские власти», — сказала она. Нуланд повторила, что *сирийская оппозиция не пойдет на диалог* с президентом Сирии Асадом, так как «власть в Сирии реализуется его семьей, которая сродни мафии, а не парламентом, не партиями, не кабинетом министров». По ее мнению, «единственно значимой реформой и диалогом будет передача Асадом власти от его семьи народу» [3].

В данных примерах в риторике В. Нуланд явно присутствует стремление действовать с точки зрения Родителя по отношению к Ребенку адресата. То есть вместо транзакции «Взрослый — Взрослый» используется транзакция «Родитель — Ребенок». Со стороны Адресата, вероятно, последует попытка вернуться к общению «Взрослый — Взрослый», но транзакции в этом случае будут пересекаться и приводить к конфронтациям на международном уровне.

Один из примеров пересекающихся транзакций встретился нам в словарной дефиниции. Определение — это необходимый компонент научного дискурса, что, соответственно, предполагает выстраивание социального взаимодействия по типу «Взрослый — Взрослый». Если это взаимодействие переключается на «Родитель — Ребенок», мы сталкиваемся с примером симплификации, или упрощения, как в примере 3.

Пример 3. *Morality* (from the Latin *moralitas* “manner, character, proper behavior”) is the differentiation of intentions, decisions, and actions between *those that are good (or right) and those that are bad (or wrong)* [4].

В данном случае имеет место несоответствие текста целевой аудитории и, как следствие, может возникнуть недоверие к предоставляемой информации, поскольку часть словарной статьи выдержана в упрощенной стилистике.

Особо важное значение имеет правильный выбор социальных ролей для e-mail-коммуникации. Это отражается на синтаксисе и выборе лексических средств, и нет возможности компенсировать неверно выбранную роль за счет невербальных средств и просодики.

В примере 4 можно наблюдать, как на эксплицитном уровне общаются Взрослые, а на имплицитном Адресант-Ребенок просит у Адресата-Родителя объяснения, поддержки точки зрения или, по крайней мере, понимания и сочувствия:

Пример 4. “I would like to be able to read the poems of Tyoutchev in Russian and the novels of Tolstoi — I would love to visit St. Petersburg

and see the Hermitage and the Repin Institute, *but my enthusiasm wanes as one wanders east from Petersburg. Does this make sense?*”

В примере 5 адресант явно раздражен: об этом можно судить по резкому началу письма, отрывистому синтаксису простых предложений без модальных комплексов и слов, категоричным высказываниям и повелительному предложению в конце, резко переходящему в заключительное прощание. На эксплицитном уровне кажется, что это Взрослый Адресанта «вычитывает» Адресату, но на имплицитном уровне можно интерпретировать это письмо как обиженное обращение Ребенка, не контролирующего свое поведение.

Пример 5. Dear N, M is working very hard on methods of teaching both English and Russian via Skype. In the process she is developing an online system which can be used by other teachers. I don't think you appreciate the amount of work involved or the implications of what is being done as it pertains to ultimate success. It will be at least another three years before the program is ready for distribution. <...> The program we are developing requires proficiency in English. Remember we have recommended that the University adopt the Rosetta Stone program for students who do not speak English. Cheers, T.

Итак, теория транзакций Э. Берна может служить инструментом интерпретации и пролить свет на некоторые проблемы профессиональной коммуникации, вскрыть ошибки и объяснить ее неэффективность.

Таким стратегиям необходимо учить студентов. Подобного рода упражнения решают не только языковые задачи: приближают учебную коммуникацию к реальной, позволяют вводить речевые клише и расширяют лексический запас студентов. Они решают и важные коммуникативные задачи, которые другими способами решить сложно. Например, учат различным типам реагирования на один и тот же стимул, эксплицитным и имплицитным стратегиям, в том числе юмору, умению распознавать и объяснять коммуникативные ошибки и прогнозировать неудачи в коммуникации.

Кроме того, использование транзакционной теории Э. Берна в упражнениях по английскому языку позволяет творчески работать с диалогами, заданиями по письму и повышать общий эмоциональный интеллект студентов. Все это приобретает еще большую значимость, когда общение из учебного переходит в профессиональное, от успешности которого зависят многие серьезные задачи.

Литература:

1. Берн, Э. Игры, в которые играют люди. Люди, которые играют в игры / Э. Берн. — Л., 1992.
2. Bloomberg.com: [Электронный ресурс]. США, 2019. URL: <http://www.bloomberg.com/news/>. (Дата обращения: 29.10.2019).
3. Корреспондент.нет: [Электронный ресурс]. М., 2000–2019. URL: <http://korrespondent.net/world/> (Дата обращения: 29.10.2019).
4. Moral Values: [Электронный ресурс] // Studymode.com. США. 19.07.2013. URL: <https://www.studymode.com/essays/Moral-Values-1818070.html> (Дата обращения: 29.10.2019).

УДК 81'33+070:004.738.5

М. И. Парамонова

**Трансформация политического текста
в новой информационной среде**

М. I. Paramonova

**Transformation of political text
in the new information environment**

Аннотация. Статья посвящена анализу специфических характеристик, которые приобретает политический текст в сети Интернет. Описываются некоторые изменения структурных, языковых и жанровых особенностей политического текста, которые являются результатом взаимодействия политического, медийного и интернет-дискурсов. Подчеркивается ведущая роль политического медиатекста в сетевой политической коммуникации.

Ключевые слова: политический медиатекст, гипертекстуальность, мультимедийность, интерактивность, нарративизация.

Abstract. The article considers specific properties of political texts in the Internet space. The author describes some changes of structural, linguistic and genre features of the political text, which are the result of interaction of political, media and Internet discourses. The leading role of political media text in political internet-communication is emphasized.

Key words: political media text, hypertextuality, multimediality, interactivity, narrativisation.

В настоящее время наблюдается усиление роли политической коммуникации, политизация общества в целом на фоне интенсивного развития СМК. Политический дискурс превращается в мощный властный ресурс в новой информационной среде. В центре внимания исследований в области политической лингвистики — изменения структурных, языковых и жанровых особенностей политического текста в виртуальном пространстве сети Интернет. Данная статья посвящена обобщению и анализу специфических свойств, которые приобретает политический текст в сетевой среде (на материале англоязычного и русскоязычного сегментов Интернета).

В широком смысле политический дискурс включает не только тексты, созданные политическими деятелями (институциональный политический дискурс), но и медийные, а также любые другие материалы, посвященные рассмотрению общественно значимых проблем. Политические тексты отличаются жанровым многообразием. По функциональной направленности выделяются ориентационные (конституция, предвыборная программа, указ, доклад, договор), ритуальные (приветственное слово, инаугурационная речь, ежегодное послание), агональные (листовка, лозунг, дебаты, выступление на митинге) и информативные (обращение в СМИ, публикация в СМИ, пресс-конференция, интервью) жанры [1]. Кроме того, выделяются жанры устной и письменной речи.

Политический интернет-дискурс возник в результате слияния политического и собственно интернет-дискурса и сочетает в себе, таким образом, характерологические особенности и функции этих дискурсов. Специфическими чертами интернет-дискурса, которыми наделяется в данном случае политический дискурс, являются гипертекстуальность, интерактивность и мультимедийность. Эти свойства интернет-дискурса приводят к трансформации политического текста — изменениям, затрагивающим его структуру, языковые и жанровые особенности.

Использование гиперссылочного аппарата открывает границы текста, повышает его информационную плотность, создает возможность индивидуального маршрута прочтения текста при активном вовлечении читателя, становящегося в данном случае соавтором текста. Интерактивность сетевой среды создает условия для прямого диалога ав-

тора и читателя. Наряду с алфавитным текстом активно используются аудио-визуальные материалы, графика, анимация, и т. д. Такой сетевой текст, определяемый как мультимедиа-текст, по-иному воспринимается и, несомненно, обладает большим в сравнении с печатным аналогом потенциалом с точки зрения реализации функций воздействия и убеждения — ключевых функций политического текста.

Особенности сетевой среды обуславливают доминирование в ней неинституционального политического дискурса. Центральное место в нем занимают материалы сетевых СМИ (как собственно интернет-СМИ, так и веб-версии традиционных СМИ). Кроме того, в чатах, блогах, комментариях к статьям, социальных сетях в качестве субъекта речи выступает представитель общества, анализирующий и интерпретирующий общественно-политические события, дающий собственную оценку происходящего. В целом политическая интернет-коммуникация, не опирающаяся на статусно-ролевые отношения, характеризуется высокой информативностью, динамичностью, низкой дистанцированностью, а также театральностью [2].

Наиболее заметны изменения характеристик политического текста в медийной сетевой среде. Помимо свойств, приобретаемых политическим текстом в виртуальном пространстве (гипертекстуальность, интерактивность, мультимедийность), он приобретает черты медийного текста. Таким образом, взаимодействие политического, медийного и интернет-дискурсов приводит к появлению сетевого политического медиа-текста. Медийный дискурс диктует и определяет трансформацию политического текста. Политическая тематика в медийной среде Интернета в целом подается по законам журналистского текста. Поскольку в сетевых СМИ в настоящее время прослеживается тенденция к доминированию новостного текста, что объясняется востребованностью оперативной подготовки и сообщения информации при помощи лаконичных и понятных жанров, политический текст «мимикрирует под новостийный текст» [3].

Характерной особенностью новостных веб-материалов, включая и материалы политической направленности, является их нарративизация — стремление сообщить информацию в форме занимательной истории, имеющей свой конфликт, сюжет и систему персонажей. Новостной текст традиционно строился по принципу перевернутой пирамиды, когда, в нарушение правил создания канонического нарратива, основное событие подавалось сразу, а далее следовали детали его развития. В

настоящее время использование в новостном тексте черт «перевернутого» и традиционного нарративов продиктовано стремлением привлечь внимание аудитории, высокой конкуренцией в медийной интернет-среде. В целом нарративность становится важной функционально-стилевой чертой новостного текста, который приобретает такие признаки нарративности как прочные причинно-следственные связи, определенные пространственно-временные параметры хронотопа, субъектность, персонализированность [4]. Эффект занимательности информационного материала, помимо использования таких присущих художественному нарративу компонентов, как проблема или конфликт (в новостном тексте конфликтной линией является сам ход развития события), развитие действия, динамика, указание на способ разрешения конфликта, также достигается использованием журналистами разнообразных PR-технологий, таких как позиционирование, визуализация, детализация, эмоционализация и т. д.

Кроме того, особенности восприятия электронного текста привели к необходимости структурных изменений сетевого текста, что особенно заметно в материалах новостного жанра. Это касается и политических новостей. Так, текст, как правило, дробится на отдельные фрагменты, состоящие из одного-двух предложений, напоминая «новостную ленту», что также способствует созданию эффекта объективности изложения и оперативности подачи информации. Данные фрагменты могут иметь подзаголовки, что обеспечивает структурированность информации. Часто используются скрытые информационные блоки (доступ через внутритекстовую ссылку), которые являются структурно-содержательным компонентом самого текста и содержат сведения дополнительного характера, помогающие читателю лучше понять описываемые события.

Другой особенностью сетевого политического медиатекста, обусловленной необходимостью его адаптации для интернет-среды, является своеобразие заголовочного комплекса, что присуще всем сетевым медиаматериалам в целом. Поскольку текст статьи скрыт, а заголовочный комплекс (собственно заголовок и лид) выступает в качестве гиперссылки к статье, и, таким образом, текст и заголовок принадлежат разным формально-текстовым пространствам, заголовок в таком случае приобретает большую в сравнении с материалом, представленным в традиционном формате, функциональную нагрузку. Так, заголовки, как

правило, более информативны, их основной задачей является сообщение содержания текста. В связи с этим практически не используются разные средства для их создания. Очень часто гиперссылки-заголовки оформлены сложными синтаксическими построениями. Помимо этого, при создании заголовка автор должен учитывать необходимость оптимизации поиска запрашиваемой информации. Использование ключевых слов играет в данном случае важную роль.

Изменения в медийной интернет-среде, интенсивное развитие блогосферы, а также конкуренция со стороны непрофессиональных медиа привели к возникновению нового журналистского жанра — блога, который можно найти как в блог-сообществах, так и на страницах сайтов интернет-СМИ. Политический блог рассматривается как важный компонент политического поля, являясь при этом не только формой политической коммуникации, но и «инструментом стимулирования политических процессов в обществе, инструментом публичной политики» [5]. Жанр блога дает политику или журналисту больше возможностей выразить собственную точку зрения на различные политические события. Высокая интерактивность данного вида политического текста приводит к тому, что граница между создателем блог-контента и аудиторией размывается, и блог, таким образом, превращается в так называемую «площадку электронной демократии» [5]. Особое место блог занимает в англоязычном секторе Интернета. Здесь он официально признан в качестве журналистского жанра. Так, например, одним из первых инновационных проектов в сфере онлайн-журналистики стал проект по созданию и разработке блогов, реализуемый британской газетой “The Guardian”.

Важной языковой особенностью блога является сочетание публицистического и разговорного стилей, поскольку язык блога является соединением языка СМИ, разговорного языка, а также языка сетевого общения. Блоги характеризуются упрощением грамматических структур, большим количеством оценочной лексики, неологизмов, фразеологизмов, сравнений.

Таким образом, новая информационная среда создает новые публичные пространства, позволяет совершенствовать политические и журналистские технологии, что приводит к появлению новых видов политической коммуникации и, соответственно, трансформации политического текста в данной среде.

Литература:

1. **Чудинов, А. П.** Дискурсивные характеристики политической коммуникации / А. П. Чудинов // Политическая лингвистика. — 2012. — Вып. 2 (40). — С. 53–59.
2. **Сиркия, Н. П.** Политический дискурс vs. политический интернет-дискурс: сходства и различия (когнитивный аспект) / Н. П. Сиркия // Историческая и социально-образовательная мысль. — 2018. — Т. 10. — № 2/2. — С. 164–170.
3. **Почепцов, Г. Г.** Коммуникативные технологии двадцатого века / Г. Г. Почепцов. — М. : Рефл-бук, 1999.
4. **Прасолова, Е. В.** К вопросу о нарративности мультимедийной истории как нового жанра интернет-СМИ / Е. В. Прасолова // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. — 2015. — Вып. 11. — С. 253–256.
5. **Нестеренок, Ю. И.** Политический блогинг в политико-коммуникативных процессах современной России: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата политических наук / Ю. И. Нестеренок. — Ростов-на-Дону, 2013.

УДК 81

*Е. К. Роднева,
Vu Ngoc Yen Khanh*

**Трудности при восприятии русских пословиц
и поговорок о любви и семье вьетнамскими учащимися:
функционально-семантический аспект**

*Е. К. Rodneva,
Vu Ngoc Yen Khanh*

**Difficulties in the perception of Russian proverbs and
sayings about love and family by Vietnamese students:
functional semantic aspect**

Аннотация. В статье представлено экспериментальное исследование восприятия русских пословиц и поговорок о любви и семье вьетнамскими

учащимися. Предпринята попытка описать и языковые и внеязыковые трудности при восприятии данных единиц вьетнамскими учащимися.

Ключевые слова: фразеология, пословицы, поговорки, любовь, семья, эксперимент.

Abstract. The article reveals experimental research of the perception of Russian proverbs and sayings about love and family by Vietnamese students. We try to describe linguistic and extra-linguistic difficulties in the perception of these units by Vietnamese students.

Key words: phraseology, proverbs, sayings, love, family, experiment.

Русская фразеология считается одной из наиболее сложных областей языка для иностранцев. На каждом этапе изучения иностранных языков учащиеся испытывают трудности в понимании фразеологизмов, поэтому поставленная перед педагогами задача состоит в том, чтобы помочь учащимся легче понимать и активнее употреблять фразеологизмы.

Для выявления особенностей восприятия русских пословиц и поговорок о любви и семье вьетнамскими учащимися мы использовали в своей работе лингвистический эксперимент с исследованием функционально-семантического аспекта и описали языковые трудности при восприятии данных единиц в лингвистическом плане, т. е. на лексическом и грамматическом уровнях, а также в экстралингвистическом плане.

Для достижения результатов, позволяющих распространить выводы частичного исследования на весь изучаемый объект, необходимо соблюдать определенные нормы по количеству и составу испытуемых. Отбирая информантов для проведения эксперимента, мы старались формировать однородный состав испытуемых по возрасту. В данном эксперименте приняли участие вьетнамские учащиеся российских вузов в возрасте от 20 до 30 лет.

Наши информанты обладали пороговым уровнем владения русским языком или выше, но не являлись билингвами. Среди них были студенты бакалавриата, магистратуры и аспиранты Санкт-Петербургского государственного университета, Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена, Санкт-Петербургского политехнического университета Петра Великого, Санкт-Петербургского государственного института кино и телевидения и Российского государственного гуманитарного университета. Общее количество информантов — 16 вьетнамских учащихся, среди которых пять студентов-филоло-

гов, шесть студентов-нефилологов, два магистранта-нефилолога и три аспиранта-нефилолога.

Материал эксперимента состоял из 70 русских пословиц и поговорок о любви и семье, отобранных из следующих источников: «Словарь русских пословиц и поговорок» В. П. Жукова, «Пословицы русского народа» В. И. Даля, «Русская фразеология. Словарь-справочник» Р. И. Яранцева. Например:

Видима беда, коль у старого жена молода.

При солнце тепло, а при матери добро.

Рублем не подари, только глазком взгляни.

Главной задачей эксперимента было выяснение вопроса о том, насколько информантам трудно понимать русские пословицы и поговорки о любви и семье и о том, принадлежат ли единицы к активному или пассивному словарному запасам или являются вообще непонятными. В результате мы можем выявить некоторые трудности у вьетнамских учащихся при восприятии русских фразеологизмов с данной семантикой и представить лингвометодические рекомендации для работы с ними во вьетнамской аудитории.

Эксперимент с участием испытуемых проводился одну неделю в онлайн-формате. Испытуемым предлагалось прочитать материал, выбрать один из трех ответов (1. «Знаю и употребляю»; 2. «Знаю, но не употребляю»; 3. «не знаю»), а затем ответить на вопрос, в какой конкретной ситуации они используют те или иные фразеологические единицы.

Как и ожидалось, значительное количество испытуемых дали ответы «Знаю, но не употребляю» или «Не знаю». В связи с этим можно считать, что данные единицы часто входят в пассивный словарный запас изучающих русский язык или вообще не включены в их словарный запас.

Результаты данного эксперимента показали, что пословицы и поговорки употребляются иностранцами чаще в аудитории, например на занятиях по русскому языку на тему «Мой дом — моя крепость» и «Брак» или иногда используются в качестве подписи к фото в соцсетях. Пословицы и поговорки, которые при буквальном переводе не теряют своего значения или имеют эквивалентные варианты в родном языке, считаются более понятными для информантов. Например: *любви золотом не купишь* или *дочь — чужая добыча*.

Итак, трудности при восприятии русских пословиц и поговорок о любви и семье вьетнамскими учащимися могут объясняться лингвистиче-

скими и экстралингвистическими причинами. Во-первых, трудности видятся на лексическом уровне. В отобранных пословицах и поговорках присутствуют безэквивалентные лексемы (*верста, кисель*), малоупотребительные лексемы (названия родственников: *золовка, шурин* и др. или такие лексемы, как *околица*) и устаревшие лексемы (союзы *коль, да* или слово *худой* в значении *плохой, красный* в значении *красивый*). Прокомментируем некоторые из приведенных опрашиваемыми пословиц и поговорок.

К милому и семь вёрст не околица. — 12 информантов не знают, 4 информанта знают, но не употребляют.

Зять да шурин — черт их судит. — 14 информантов не знают, 2 информанта знают, но не употребляют.

Тесть любит честь, зять любит взять, а шурин глаза щурит. — 16 информантов не знают.

Во-вторых, информанты испытывают трудности также с синтаксическим анализом, так как часто пытаются понять семантику всей ФЕ при помощи толкования каждой составляющей лексемы. Испытуемые могут найти толкование каждого слова в лексикографических источниках, однако не уделяют внимание типам предложения, к которым относятся пословицы и поговорки. По синтаксическим свойствам русские пословицы и поговорки делятся на простые предложения (ПП) и сложные предложения (СП). ПП, в свою очередь, включают в себя одноставные предложения: *любви золотом не купишь* (обобщенно-личное предложение) и двусоставные предложения: *старая любовь долго помнится*. А СП делятся на сложноподчиненные: *коли есть отец да мать, так ребёнку благодать*, сложносочиненные: *жена приласкает, а мать пожалеет* и бессоюзные сложные предложения (БСП): *жена не сапог, с ноги не скинешь*.

Полученные результаты подтверждают, что вьетнамские учащиеся испытывают наибольшие трудности с бессоюзными сложными предложениями, поскольку в сложных предложениях союзы или союзные слова позволяют понять семантику всего предложения. А в бессоюзных сложных предложениях отсутствуют союзы, хотя предикативные единицы всегда структурно-семантически соотносятся между собой. Семантические отношения, возникающие между частями БСП, могут быть разъяснительными, причинными, пояснительными и др. Среди них БСП со значением обусловленности особенно характерны для пословиц, напри-

мер: *корми деда на печи — сам будешь там*. Тем не менее во многих случаях нелегко понять характер связи между их частями.

Кроме того, трудны для понимания обобщенно-личные предложения. Это распространенная структура в языке пословиц и поговорок. В данном предложении глагол-сказуемое 2-го лица и 3-го лица множественного числа обозначает действие, относящееся к одному человеку и ко всем людям вообще, например: *всё купишь, а отца-матери не купишь*.

Говоря о грамматических особенностях, важно иметь в виду, что в некоторых приведенных опрашиваемыми пословицах и поговорках присутствуют разные по стилиевой окраске варианты одной и той же лексики, например при склонении слов женского рода в творительном падеже часто используются варианты *-ею, -ою* вместо *-ей, -ой*. См.: *доброю женою и муж честен*. Поэтому без знания стилистики русского языка иностранцам невозможно понять, о чем идет речь.

Наряду с лингвистическими трудностями при обучении РКИ во вьетнамской аудитории должна учитываться разница в истории, культуре и менталитете между русскими и вьетнамцами. Таким образом, для работы с фразеологизмами в иностранной аудитории необходимы и лингвистический, и лингвокультурологический подходы.

Опираясь на результаты многолетних лингвистических исследований, все предлагаемые лингвометодические рекомендации можно разделить на лингвистические и лингвокультурологические. В связи с этим при обучении пословицам и поговоркам преподаватель имеет возможность разбирать отобранный материал по языковым уровням, а также должен дать лингвокультурологические комментарии, затем обобщить семантику пословиц и поговорок. Известно, что важнейший признак пословиц и поговорок — категория обобщения, так как она свидетельствует о путях развития человеческого мышления от конкретного восприятия к обобщенному мышлению. Поэтому выявление семантики пословиц и поговорок является довольно сложным процессом. В рамках данной статьи мы упомянем лишь грамматический подход к этому явлению.

Особое наше внимание привлекают грамматические средства обобщения в пословицах и поговорках. Одним из наиболее характерных синтаксических средств выражения обобщенного значения пословиц и поговорок являются бессоюзные предложения. Бессоюзие вызывает непонимание у студентов, поэтому при обучении преподаватель мо-

жет восстановить союзы в таких предложениях, если отношения между предикатами выявлены. Ср.: *любовь не картошка, не выбросишь в окошко*. Рассмотрим примерный ход работы с данной поговоркой:

П.: Как вы думаете, о чем говорит эта поговорка?

С.: О любви.

П.: Это простое или сложное предложение?

С.: Это сложное предложение.

П.: Какие отношения между двумя частями предложения?

С.: Причина — следствие.

П.: Совершенно верно! *любовь не картошка, поэтому не выбросишь (или не выбрасывай / не можешь выбросить) в окошко*.

Разумеется, поговорки и пословицы могут быть использованы как материал на занятиях по разным аспектам, например, по грамматике. Проблема заключается в отборе. Рассмотрим следующую поговорку: *старая любовь долго помнится*. В данном двусоставном предложении присутствуют некоторые грамматические категории — падежная система и пассивный залог глагола.

Более того, перевод на родной язык учащихся может эффективно использоваться при семантизации поговорок и пословиц, особенно эквивалентных и фоновых единиц. Поскольку даже в родном языке учащихся фразеологизмы всегда содержат эмоционально-экспрессивный компонент, который помогает им в полноценном понимании значения ФЕ, но при дословном переводе не сохраняется.

Результат эксперимента также показал, что материал оказывается трудным, непонятным или принадлежит к пассивному словарному запасу учащихся и подлежит введению в речь на продвинутом уровне обучения.

Таким образом, каждая фразеологическая система представляет собой не только культурное наследие народа, но и богатый материал при обучении языку. Следовательно, изучение фразеологии является важным шагом в обучении русскому языку как иностранному. Это не только позволит повысить уровень русского языка во вьетнамской аудитории, но и расширит представления учащихся о традициях и менталитете носителей русского языка, поможет обогатить речевую культуру учащихся и привлечь внимание к изучению фрагментов языковой картины мира.

Литература:

1. **Верещагин, Е. М.** Язык и культура / Е. М. Верещагин, В. Г. Костомаров. — М. : Индрик, 2005.
2. **Даль, В. И.** Пословицы русского народа / В. И. Даль. — М. : Рипол-классик, 2001.
3. **Жуков, В. П.** Словарь русских пословиц и поговорок: Около 1200 пословиц и поговорок / В. П. Жуков. 4-е изд., испр. и доп. — М. : Рус. яз., 1991.
4. **Тарланов, З. К.** Очерки по синтаксису русских пословиц / З. К. Тарланов. — Л. : Изд-во Ленинградского университета, 1982.
5. **Яранцев, Р. И.** Русская фразеология. Словарь-справочник / Р. И. Яранцев. — М. : Русский язык, 1997.

УДК 81.42

Н. С. Семенова (Заган)

Средства объективации категории диалогичности в массмедийном дискурсе

N. S. Semenova (Zagan)

The means of dialogicity in mass media discourse

Аннотация. В статье рассматривается проблема средств выражения диалогичности в массмедийном дискурсе, выявляется и дополняется их классификация. Дается контекстологический и языковой анализ существующих новостных отрывков на предмет их диалогичности, а также возможных целей включения диалогических средств в статьи.

Ключевые слова: массмедийный дискурс, диалогичность, авторско-читательский диалог, интертекстуальная отсылка.

Abstract. The article considers the means of expressing the dialogicity in mass media discourse. The article identifies their classification and adds it. This article aims at the contextological and linguistic analysis of the news articles and the possible aims of using the dialogical means in the articles.

Key words: mass media discourse, dialogicity, author-reader dialogue, intertextual reference.

В современную информационную эпоху массмедиа влияют на личность и мировоззрение человека. Наряду с традиционной прессой, радио и телевидением, к массмедиа можно отнести интернет-коммуникацию, рекламу, информационные сайты сети Интернет. Всем этим медиасредствам свойственны такие качества, по Л. М. Земляновой, как обращенность к массовой аудитории, доступность множеству людей, корпоративный характер производства и распространения информации [3].

Тексты, представленные в средствах массовой информации, являются частью дискурса. Дискурс, по определению В. Е. Чернявской, — это языковое выражение общественной практики в ее различных коммуникативных сферах; упорядоченное и систематизированное особым образом использование языка, за которым стоит особая — социально, идеологически, культурно, исторически обусловленная ментальность [4].

Таким образом, рабочим определением данной статьи, сформулированным на основе изученного материала, следует считать следующее:

Массмедийный дискурс — информационная среда (интернет-коммуникация, реклама, информационные сайты сети Интернет), объективирующая реальную действительность особыми лингвистическими средствами и влияющая на мировоззрение и идеологию читателя.

Одним из способов влияния на мировоззрение читателя является возникновение у него внутреннего диалога с автором или монолога после прочтения актуальной новостной информации. Данная лингвистическая категория текста была выявлена М. М. Бахтиным, рассматривавшим диалогичность высказываний и диалогические отношения между текстами. Диалогические отношения М. М. Бахтин определяет как «смысловые отношения между всякими высказываниями в речевом общении. Любые два высказывания, если мы сопоставим их в смысловой плоскости, окажутся в диалогическом отношении» [1].

Импульсом к возникновению авторско-читательского диалога могут служить политические, культурные, научные события общественной жизни в мире, а также оценочные высказывания, эксплицируемые учеными, деятелями культуры и политики.

Н. С. Валгина приводит унифицированную классификацию средств диалогичности, среди которых выделяются «синтаксические средства» (вопросно-ответные комплексы, риторические вопросы, восклицания, вводные и вставные конструкции), а другую группу составляют «собственно текстовые средства (ссылки, сноски, обращение к чужому мне-

нию)» [2]. Именно эту классификацию будем считать наиболее релевантной в ходе исследования, но она требует определенных дополнений и пояснений.

Собственно текстовыми средствами в данной работе представлены интертекстуальные отсылки, выраженные прецедентными именами или прецедентными ситуациями.

В процессе лингвистического анализа статей было выявлено еще одно средство диалогичности — графическая маркировка (полужирный шрифт, подчеркивание, курсив).

Проведем контекстологический и функциональный анализ нескольких статей новостного сайта BBC на предмет их диалогичности и выявим средства, с помощью которых она выражена автором.

Анализ статей будет построен следующим образом:

1. Определение средства выражения диалогичности.
2. Выявление маркировки средства диалогичности.
3. Предполагаемая цель включения автором диалогических средств

в статью.

● *Why is civil war being raised?*

Mr Guaidó was commenting on an interview Mr Maduro gave on Sunday. Asked on Spanish television if the crisis in Venezuela could lead to civil war, Mr Maduro said “*no-one could answer that question with certainty*” [6].

Диалогичность данного отрывка выражена синтаксически с помощью вопросно-ответного комплекса, причем вопрос маркирован графически (полужирным шрифтом), а ответ заключен автором в кавычки и выделен курсивом. Данное средство использовано автором для объективации внутренней диалогичности у реципиента и стимулирования интереса к теме кризиса в Венесуэле.

● “So how have the Finns managed it?”

Since 2007, their government has built homeless policies on the foundations of the ‘*Housing First principle*’ [7].

В приведенном отрывке диалогичность выражена двумя способами: синтаксически — «вопросно-ответным комплексом», а также текстовым способом — интертекстуальной отсылкой — прецедентным высказыванием (“Housing First”). “Housing first” — принцип, провозглашенный Сэмом Цэмберисом (Dr. Sam Tsemberis) в 1990 г. в Нью-Йорке, относительно бездомных людей, имеющих заболевания, связанные с умственным здоровьем. Он полагал, что людям, выписывающимся из психиатриче-

ских клиник или после тюрьмы, непременно нужно предоставить кров. Он был против бездомных людей, и результаты своей работы опубликовал в книге “Housing First: The Pathways Model to End Homelessness for People with Mental Illness and Addiction Minneapolis: Hazelden” в 2010 г.

- There is a reason why Karl Lagerfeld, who has died at the age of 85, was called the emperor — or “*Kaiser*” in his native German — by fashion insiders [8].

Диалогичность данного отрывка выражена собственно текстовым средством — интертекстуальной отсылкой (прецедентным именем), а также графически (курсивом). Поскольку прецедентное имя — имя собственное, можно утверждать, что это — антропоним.

Англо-русский словарь Cambridge dictionary не дает дефиницию лексической единицы *Kaiser*, а обращает внимание читателя на «Немецко-английский словарь», который определяет данное слово как “Emperor”, таким образом при использовании автором прецедентного имени *Kaiser* у реципиента возникает ассоциативная связь с кайзером Вильгельмом, в царствование которого Германия стала мощной державой. Данное прецедентное имя позволяет журналистам сделать акцент на немецком происхождении модельера и на великий вклад Карла Лагерфельда в мировую моду [5].

- This post-natural future is far past many people’s comfort zones. It was explored in Jeff Vander Meer’s novel *Annihilation* (part of the **Brave New Weird** genre), that became a Netflix film starring Natalie Portman.

Under this viewpoint, ecosystems are in constant change, and climate change is considered a form of “**global weirding**” that mutates and disrupts nature. *Dark Ecology* is a way of exploring and accepting both the beauty and horror of humanity’s manipulation of the natural world, much as Vander Meer has portrayed in *Annihilation* [9].

В данном отрывке продемонстрированы следующие средства выражения диалогичности: синтаксический (вставная конструкция, уточняющая литературный жанр романа Ван дер Меера, который создал движение «новых страннных» совместно с Чайной Мьевилем), графически (полужирным шрифтом маркированы название жанра и кинокомпания), интертекстуальная отсылка на произведение Ван дер Меера пытается донести до читателя возможную реалистичность его «Аннигиляции», в которой рассказывается о «зоне X» — аномальной территории, где главная героиня выходит за свои пределы — пределы психики, био-

логических законов и лингвистических закономерностей. Цель журналиста — обратить внимание читателя на необратимость будущего, существование искусственного интеллекта, а также инопланетных форм жизни.

Таким образом, в ходе проведенного анализа была доработана классификация средств диалогичности Н. С. Валгиной, к которой, помимо указанных ею синтаксических и собственно текстовых средств, были обнаружены графические средства выражения диалогичности (полужирный шрифт, кавычки, курсив), используемые авторами новостного сайта как в заголовках, так и в основном тексте статей. К собственно текстовым средствам, влияющим на авторско-читательский диалог, в данной статье были отнесены интертекстуальные отсылки (прецедентные имена и ситуации).

Литература:

1. **Бахтин, М. М.** Проблема текста в лингвистике, филологии и других гуманитарных науках. Опыт философского анализа / М. М. Бахтин: [Электронный ресурс]. URL: <http://www.infodlib.info/philol/bahtin/probltext.html> (Дата обращения: 01.11.19).

2. **Валгина, Н. С.** Теория текста / Н. С. Валгина: [Электронный ресурс]. URL: <http://www.hi-edu.ru/e-books/xbook029/01/part-020.htm> (Дата обращения: 29.10.19).

3. **Землянова, Л. М.** Коммуникативистика и средства информации: Англо-рус. толковый словарь концепций и терминов / Л. М. Землянова. — М. : Изд-во Моск. ун-та, 2004.

4. **Чернявская, В. Е.** Открытый текст и открытый дискурс: интертекстуальность — дискурсивность — интердискурсивность / В. Е. Чернявская // Стил-6. — Белград, 2007. — С. 11–26.

5. Cambridge Online Dictionary: [Электронный ресурс]. URL: <https://dictionary.cambridge.org/ru/словарь/немецко-английский/kaiser> (Дата обращения: 25.10.19).

6. Venezuela crisis: Guaidó ridicules “civil war” threat: [Электронный ресурс]. URL: <https://www.bbc.com/news/world-latin-america-47123433> (Дата обращения: 25.10.19).

7. The city with no homeless in the streets: [Электронный ресурс]. URL: <https://www.bbc.com/news/uk-england-46891392> (Дата обращения: 08.10.19).

8. Obituary: Karl Lagerfeld, Chanel's iconic fashion designer: [Электронный ресурс]. URL: <https://www.bbc.com/news/world-europe-47293637> (Дата обращения: 09.10.19).

9. Why the "post-natural" age could be strange and beautiful: [Электронный ресурс]. URL: <https://www.bbc.com/future/article/20190502-why-the-post-natural-age-could-be-strange-and-beautiful> (Дата обращения: 14.10.19).

УДК 81.42

С. Г. Серебрякова

**Языковые средства выражения динамичности
повествования и не оправданные ожидания
пользователя (на примере цифрового
повествования Э. Кэмпбелла "Wounds")**

S. G. Serebryakova

**Linguistic means of adding dynamism to a narrative in order
to keep the reader/user engaged — a case study of a digital
story by A. Campbell "Wounds"**

Аннотация. В статье на примере цифрового повествования Э. Кэмпбелла "Wounds" показано, какими языковыми средствами достигается динамичность повествования, каким образом в названии произведения закладывается множественность интерпретаций и как она реализуется в аспекте ожиданий пользователя в процессе восприятия нарратива.

Ключевые слова: электронная литература, цифровое повествование, динамичное повествование, множественность интерпретаций, синтаксис.

Abstract. Using the digital story "Wounds" by A. Campbell this paper examines how linguistics can be used to add dynamism to an otherwise dull plot, and also offers an explanation of how a disconnected ending can be satisfying for the reader/user.

Key words: e-literature, digital story, dynamic storytelling, multiple interpretation, syntax.

Цифровой нарратив (цифровое повествование) представляет собой современную форму повествования, восприятие которого становится возможным только с помощью современного оборудования (такого, как персональный компьютер, планшет или смартфон), оснащенного специальными программами для воспроизведения различных мультимедийных элементов повествования (таких, как звук, видео, мерцание и т. п.). Кроме того, восприятие цифрового нарратива требует от читателя/пользователя неких действий (работа с клавиатурой, мышкой), т. е. в данном случае речь идет о взаимодействии читателя/пользователя с произведением.

Объектом настоящего исследования является цифровое повествование “Wounds”. В контексте произведения нам представляется уместным перевод названия как «Разочарование». В кратком авторском представлении работа обозначена как незавершенная история о чем-то в кукурузе (the incomplete tale of the thing in the corn). Данный проект является собой одно из восьми произведений созданной Энди Кэмпбеллом в 2002 г. серии под общим названием “Book of waste” («Книга отходов»). Данное собрание представлено читателю/пользователю как унылый и бескомпромиссный нелинейный вымысел, наложенный на мрачный анимированный фон.

Повествование ведется от третьего лица. Информация во фрагментах позволяет предположить, что главный (и, по сути, практически единственный) герой — мальчик. Ситуация, представленная в одном из фрагментов, допускает предположение, что он разговаривает с сестрой.

Произведение “Wounds” представляет собой семь небольших текстовых фрагментов (от 37 до 83 слов) и один фрагмент, включающий только цифры. В первых трех эпизодах текстовые фрагменты представлены на фоне рыжевато-коричневого кукурузного (как мы узнаем из текста) поля. Герой моет посуду на кухне, где, видимо, горит свет, дающий отражение в окне и вдруг замечает что-то, что привлекает его внимание: “He was standing at the kitchen window washing a plate. The plate slipped from his hands, he took a step away from the sink and stared outside as best as he could through a complex collage of reflections from the brightness of the kitchen. He’d seen something go down in the middle of the field, a dark flicker of a shape amidst the blustering corn” [1]. — «Он стоял у кухонного окна и мыл тарелку. Тарелка выскользнула у него из рук, он отошел от раковины на шаг и сквозь всевозможные отражения от яркой кухни попытался что-то рассмотреть на улице. Он увидел, как что-то двигалось

посреди поля. Что-то непонятной формы мерцало в темноте среди шумящей кукурузы».

Как становится известно из последующих эпизодов, на улице дождь и ветер, и герой даже не уверен, видел ли он что-то на самом деле, но всё же решает пойти посмотреть. “He considered that he might simply have imagined that, or that the wind might have sent an object tumbling – a large bag or a dustbin perhaps <...> Perhaps it had just been a reflection, part of the kitchen, his own form imposed and moving around on the glass” [1]. — «Он подумал, что, возможно, ему показалось, или что ветер перевернул большой мешок или мусорный бак. А может быть, в стекле просто отражалась часть кухни или он сам, когда двигался».

Тёмно-зеленый фон последующих четырех эпизодов, предположительно, имеет своей целью создать контраст локализации персонажа — теплый, светлый дом (рыжевато-коричневый) и мрачная (темно-зеленая) территория за его пределами. Но интерес героя к непонятному объекту настолько силен, что непогода его не останавливает.

Мальчик сквозь ненастье двигается к непонятному объекту, который он увидел из окна кухни. В качестве иллюстрации приведем фрагмент одного из эпизодов: “He turned and carried on towards the field. The corn was rustling wildly as though angrily shaking the rain from itself, the outline of the leaves and rubbery stems vaguely visible on the front line, the rest an impenetrable army of swaying black vegetation” [1]. — «Он повернулся и продолжил свой путь к полю. Кукуруза сильно шуршала, как будто сердито стряхивая с себя дождь, контуры листьев и гибких стеблей смутно вырисовывались прямо перед ним, а дальше простиралась непроглядная масса черной растительности».

Как видно, сюжет произведения достаточно прост: герой увидел что-то непонятное из окна и пошел узнать, что же именно это было. Из предпоследнего эпизода можно предположить, что вся история была создана детским воображением, на самом деле ничего не было: “He stood on his toes for a moment, lifting his hood a little, trying to catch sight of the abnormally large shape he’d seen from the kitchen window. But the field was nothing but a writhing mass from here, no longer the distant blustering fringe it seemed from the warmth of the house, and he sank back onto his soles and lowered his hood” [1]. — «На мгновение он встал на цыпочки и слегка приподнял капюшон, пытаясь увидеть необычно больших размеров фигуру, которую он заметил из окна кухни. Но теперь поле казалось

не чем иным, как колышущейся массой; оно уже не было таким далёким и бушующим, каким казалось из тёплого дома. Он опустился на пятки и натянул капюшон».

Однако эта, как говорилось в предисловии к произведению, незавершенная история имеет необычный финал. Последний отрывок представляет собой просто набор цифр на черном фоне: 248252.

Итак, представляется целесообразным рассмотреть два вопроса: какими лингвистическими средствами поддерживается интерес читателя / пользователя при более чем незамысловатом сюжете и в чем смысл развязки.

В завязке, которая, как известно, является сильной позицией текста, называется что-то, обозначенное неопределенным местоимением *something*, а также неопределенным артиклем *a*. Ср.: *He'd seen something go down in the middle of the field, a dark flicker of a shape*. Эта неопределенность создает интригу, поскольку читателю/пользователю хочется выяснить, что же увидел герой. В современном мире, для которого характерен высокий темп жизни и большое количество информации за малое количество времени, читатель/пользователь хочет всё и сразу. В цифровом повествовании “Wounds” внимание читателя/пользователя удерживается благодаря динамичному представлению действия. Высокий темп повествования достигается с помощью ряда лингвистических средств, в частности во фрагментах практически отсутствуют определения, выраженные прилагательными, но повествование изобилует причастиями и причастными конструкциями. Рассмотрим следующий эпизод: “He heard a creaking sound behind him, then a girl’s voice: “...says you shouldn’t be out. What you doin?” Holding on to his hood, the noise of the rain like little guns going off around his head, he turned and saw Annie standing at her window. She was shivering in her pyjamas, holding the window open and pulling a face. “Justgetin,” he shouted. “Get in and get in to bed.” — «У него за спиной послышался скрип, а потом раздался голос девочки: “...говорит, что тебе нельзя быть на улице. Что ты делаешь?” Он повернулся и увидел стоящую у окна Энни. С вытянутым лицом, она дрожала в одной пижаме у открытого окна. “Уходи”, — закричал он. “Уходи и ложись в кровать”». В данном отрывке встречается прилагательное *creaking* (*creaking sound*), и ряд причастий I — в составе объектной причастной конструкции (*he ... saw Annie standing*), как часть временной формы прошедшего длительного времени (*was shivering ...*

holding ... pulling). Ситуация представляется динамичной и благодаря употреблению длительного времени, выражающего процесс выполнения действия. Также в данном отрывке присутствует причастие в функции обстоятельства (Holding on to his hood) и встречается независимый причастный оборот в функции выражения сопутствующих обстоятельств (the noise of the rain like little guns going off around his head). Кроме того, динамичность повествования достигается благодаря присутствию в тексте ряда глаголов в простом прошедшем времени, отражающих последовательность действий: “And then again he *saw* something, a definite black form bobbing around in the field, an animal perhaps, and he *let* the plate slop into the sink and *grabbed* a towel and *walked* out into the hall”. С помощью указанных форм и конструкций большое количество информации передается относительно малым количеством языковых средств, так что у читателя/пользователя не возникает мысли, что нет движения сюжета и повествование скучное.

Обратимся к вопросу о финале повествования “Wounds”. Развязка в контексте данной истории непонятна — набор цифр на чтрном фоне. Но смысл этих цифр проясняется, если рассмотреть их в контексте всей серии “Book of waste”. Напомним, серия предлагает вниманию читателя/пользователя восемь не связанных друг с другом сюжетом историй. Так, одна из историй — “Building” — сопровождается надписью “limited access” (доступ ограничен) и, чтобы открыть произведение, нужно ввести на табло изображенного на «обложке» (заставке?) домофона цифры из повествования “Wounds”. Данный прием оставляет у читателя/пользователя двойственное впечатление. С одной стороны, его интерес не удовлетворен — хотелось узнать, что увидел мальчик, но оказалось, что ничего не было. С другой стороны, разочарованный читатель/пользователь получает ключ от другой двери в этой серии текстов-квестов.

В заключение рассмотрим возможность двойственной интерпретации названия произведения “Wounds” («Разочарование»): с позиции мальчика, которому просто что-то показалось, и с позиции читателя/пользователя, ожидания которого не оправданы. Следовательно, сам заголовок можно трактовать как своего рода предупреждение о последующем чувстве неудовлетворенности. Отметим также, что и в краткой аннотации к произведению сказано, что оно не завершено.

Таким образом, с помощью рассмотренных языковых средств — причастий, причастных оборотов и форм прошедшего времени — поддер-

живается интерес читателя/пользователя, динамичное повествование заставляет его двигаться дальше. Отсроченное вознаграждение в виде доступа к другой истории компенсирует растерянность и разочарование от неожиданного и непонятного финала.

Литература:

1. A fusion of writing and new media: [Электронный ресурс] // dreamingmethods.com. 2018. URL: <https://digitalfiction.dreamingmethods.com/waste/> (Дата обращения: 02.11.19).

УДК 372.881.1

Ю. М. Соколова

**К вопросу об интегративном обучении студентов
иностранным языку в аспекте нравственного
воспитания**

Y. M. Sokolova

**On the problem of integrated teaching students a foreign
language in the aspect of moral values**

Аннотация. Статья посвящена проблеме применения междисциплинарного подхода к обучению предмету «иностранный язык в профессиональной сфере» в аспекте нравственного воспитания при реализации концепции интегративного обучения. Отмечена роль игровых технологий для ее осуществления. Указано, что реализация воспитывающего обучения в интегративной парадигме обучения происходит за счет активизации потенциала упражнений (заданий): 1) нравственно просвещать студентов, 2) способствовать приобретению опыта нравственного поведения и/или 3) стимулировать студентов демонстрировать результат своей нравственной воспитанности в учебной тренировочной ситуации.

Ключевые слова: лингводидактика, обучение иностранным языкам, интегративное обучение, междисциплинарный подход, игровые технологии, нравственное воспитание, воспитывающее обучение.

Abstract. The article is devoted to the problem of applying an interdisciplinary approach to teaching a foreign language in the professional sphere in the aspect of moral values through implementation of the integrated teaching concept. The important role of game technologies for this implementation is explained. It is marked that moral values teaching within the integrative paradigm of teaching a foreign language is carried out due to the potential of language exercises (tasks) 1) to educate students morally, 2) to allow students to get some experience of moral behavior and/or 3) to encourage students to demonstrate the results of their moral education in a training situation..

Key words: linguodidactics, teaching foreign languages, integrated teaching, interdisciplinary approach, game technologies, moral values education, educative teaching.

На основании анализа педагогической, социологической, психологической и методической литературы можно утверждать, что основным направлением воспитания профессионально значимых качеств личности будущего бакалавра и магистра в вузе является воспитание его социальной ответственности и сопряженных с ней личностных характеристик. Социальная ответственность будущего выпускника вуза определяется как качество, которое демонстрирует его нравственную позицию по отношению к последствиям его профессиональной деятельности, которые он мог бы предвидеть. В основе способности прогнозировать результат своей деятельности лежат такие качества личности, как совесть, умение осуществлять самоконтроль и самооценку, которая зависит как от рода его профессиональной деятельности, так и от его полномочий и той меры власти, которой он наделен во время принятия решения [1. С. 15–16].

Запрос общества на подготовку социально ответственных управленцев нашел отражение в государственных стандартах профессионального образования. Например, выпускники вуза, прошедшие подготовку по программе «Реклама и связи с общественностью» на уровне бакалавриата 42.03.01, должны обладать такой общекультурной компетенцией, как уметь «учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности» (ОПК-7).

Магистранты, обучающиеся по той же специальности 42.04.01, по окончании вуза должны обладать еще большим набором компетенций, основывающихся на социально ответственном поведении, а, значит, быть нравственно воспитанными личностями. Будущим магистрам предписано овладеть следующими общекультурными, общепрофессио-

нальными и профессиональными компетенциями: быть готовыми: «нести социальную ответственность за принятые решения» (ОК-2), быть способными «нести персональную ответственность за результаты своей профессиональной деятельности» (ОПК-9)», иметь «способность принимать самостоятельные управленческие решения и нести за них ответственность» (ПК-6).

Дисциплины гуманитарной сферы, преподавание которых включено в программу подготовки рекламистов-менеджеров и специалистов по связям с общественностью, имеют потенциал формировать, развивать, совершенствовать и, что является отличительной особенностью реализации воспитания молодежи студенческого возраста, создавать условия для осуществления студентами самовоспитания социальной ответственности и других качеств, основывающихся на высокой нравственности.

Перед преподавателями-гуманитариями стоит задача вести целенаправленную и консолидированную работу по обозначенному направлению. Для достижения поставленной цели необходимо осуществлять обучение родственным предметам с потенциалом нравственного развития студентов с учетом принципов их внешнедидактической межаспектной интеграции. Кроме того, обучение непосредственно иностранному языку в профессиональной сфере осуществляется на принципе междисциплинарных связей родственного иностранному языку в профессиональной сфере предметов. Благодаря такому интегративному синтезу подходов к обучению удается создать единую воспитательную среду и, таким образом, совершенствовать образовательный процесс в вузе [2. С. 103].

Интересно будет напомнить, что К. Д. Ушинский настаивал на том, что воспитание должно основываться на национальном богатстве, т. е. опираться на родной язык и литературу. Признавая всю важность воспитания, базирующегося на культуре нашей страны, для которой характерна приверженность традиционным нравственным ценностям, отметим, что во времена великого педагога XIX в. обучение иностранному языку в учебных заведениях осуществлялось на основе языкового подхода к обучению. Поэтому применение соответствующих этому подходу грамматико-переводных методов не позволяло специалистам рассматривать данный учебный предмет как эффективное средство нравственного воспитания учеников. Однако в XX в. на смену грамматико-переводному подходу пришли инновационные. Их применение привело к изменению роли иностранного языка в педагогике.

В силу своей направленности на обучение коммуникации на иностранном языке нравственно воспитывающее образование средствами иностранного языка основывается на организованной педагогом личностно-смысловой речетворческой деятельности обучающегося, которая взаимосвязана и взаимообусловлена с процессами его личностного роста [3. С. 138]. Проектирование образовательного процесса, ориентированного на создание студентом продукта осмысленной речевой деятельности, приводит к самоактуализации личности обучающегося как результату приобретенного им учебного опыта [4. С. 89].

Использование современных технологий обучения, в частности игровой технологии, повышает возможности предмета «иностранный язык» способствовать нравственному развитию личности студентов. Сюжеты для выполнения упражнений (заданий) с применением игровых технологий согласно междисциплинарному принципу обучения привносятся из родственных иностранному языку в профессиональной сфере предметов экономического, культурологического, социального и др. направлений.

Иноязычный образовательный процесс направлен, прежде всего, на формирование у студентов иноязычной коммуникативной компетенции. Проектирование нравственно воспитывающего иноязычного интегративного обучения осуществляется с привлечением учебного материала, на основе которого преподаватель может осуществить нравственно-просветительскую деятельность среди студентов, а также организовывать тренировочные ситуации, которые будут способствовать либо приобретению опыта нравственного поведения, либо стимулированию студентов продемонстрировать результат своей нравственной воспитанности в учебной тренировочной ситуации.

Далеко не весь учебный материал, используемый в целях обучения иноязычной коммуникации, может оказывать положительное воспитательное воздействие. Однако определенный учебный материал способен самоактуализировать личностный рост студента. Преподаватель, поставив цель использовать свой предмет как средство воспитания нравственности у студентов, должен проектировать, осуществлять и контролировать достигнутые результаты нравственного воспитания на основе использования системы нравственно воспитывающих условно-речевых и речевых упражнений. Для этого преподаватель отбирает те условно-речевые и речевые иноязычные упражнения, которые характеризуются наличием какой-либо воспитательной функции. Основными нрав-

ственно воспитывающими функциями упражнений являются: нравственно-просветительская; функция обеспечения приобретения опыта нравственного поведения в предложенной преподавателем ситуации и функция стимулирования студентов продемонстрировать уровень своей нравственной воспитанности в предложенной тренировочной ситуации. На основании того, выполняет ли упражнение (задание) ту или иную воспитательную функцию, мы выделяем систему упражнений, представленную основными классами нравственно воспитывающих упражнений: 1) нравственно просветительскими; 2) обеспечивающими приобретение опыта нравственного поведения и 3) стимулирующими студента продемонстрировать уровень своей нравственной воспитанности в тренировочной ситуации социально значимого общения [5].

Итак, учебная дисциплина «иностраный язык в профессиональной сфере» является той площадкой, на которой можно осуществлять деятельность по воспитанию нравственных качеств у студентов, обеспечивающих его социально ответственное поведение. Актуализация нравственно воспитывающего аспекта обучения иностранному языку поможет будущему бакалавру или магистру приобрести и совершенствовать такие нравственные качества личности, которые пригодятся ему не только для осуществления иноязычной коммуникации, но и будут полезны ему в различных профессиональных и бытовых ситуациях.

Основным условием раскрытия потенциала обучения деловому иностранному языку нравственно воспитывать студентов, является использование преимуществ интегративного обучения как на уровне междисциплинарной интеграции, так и на уровне внешнедисциплинарной интеграции. Нравственно-воспитательный потенциал учебной дисциплины активизируется, если интегративное обучение речевой деятельности на иностранном языке осуществляется с использованием системы нравственно воспитывающих условно-речевых и речевых упражнений.

Интегративное обучение и нравственное воспитание должно проектироваться, реализовываться и контролироваться профессионально подготовленным для такого рода деятельности преподавателем.

Литература:

1. **Белов, А. В.** Социальная ответственность: содержание и механизм реализации: автореферат диссертации на соискание учен. степени канд. филос. наук: специальность: 09.00.11 / А. В. Белов. — Волгоград, 2011.

2. **Попова, Н. В.** Междисциплинарная парадигма как основа формирования интегративных компетенций студентов многопрофильных вузов: диссертация на соискание ученой степени доктора педагогических наук: специальность: 13.00.08 / Н. В. Попова. — СПб., 2011.

3. **Никитенко, З. Н.** Теория и технология развивающего иноязычного образования в начальной школе: диссертация на соискание ученой степени доктора педагогических наук: специальность: 13.00.02 / З. Н. Никитенко. — Нижний Новгород, 2014.

4. **Рубцова, А. В.** Методическая модель продуктивного иноязычного образования: реновация академических ресурсов / А. В. Рубцова, Н. И. Алмазова, Ю. В. Еремин // Научно-технические ведомости СПбГПУ. Гуманитарные и общественные науки. — 2018. — Т. 9. — № 3. — С. 87–99. DOI:10.18721/JHSS.9309

5. **Соколова Ю. М.** К вопросу о функциональной классификации воспитательных иноязычных упражнений / Ю. М. Соколова // Письма в Эмиссия. Оффлайн (The Emissia. Offline Letters): электронный научный журнал: [Электронный ресурс]. — 2019. № 6 (июнь). — ART 2731. URL: <http://emissia.org/offline/2019/2731.htm> (Дата обращения: 11.11.2019).

УДК 8.81

В. Н. Стафутина

Трудности обучения французскому языку как второму иностранному на гуманитарных факультетах высших учебных заведений

V. N. Stafutina

Difficulties of teaching French as a second foreign language at the faculty of humanities

Аннотация. В статье рассматриваются трудности обучения французскому языку как второму иностранному на базе английского языка на гуманитарных факультетах вузов, грамматическое и лексическое сходство обоих языков, их различия, лингводидактические средства и методы, помогающие овладеть соответствующими компетенциями.

Ключевые слова: коммуникативная компетенция, интерференция, грамматические и лексические конструкции, речевое общение, психолингвистические особенности.

Abstract. The article examines the difficulties of teaching French as a second foreign language on the basis of English at the faculties of humanities of universities, grammatical and lexical similarities of both languages, their differences, linguodidactic means and methods helping to master the relevant competencies.

Key words: communicative competence, interference, grammatical and lexical constructions, speech communication, psycholinguistic features.

Изучение французского языка как второго иностранного в рамках программы дисциплин, изучаемых на гуманитарных факультетах вузов, имеет ряд особенностей в области методики его преподавания и трудностей, возникающих у студентов в процессе овладения его фонетическими, грамматическими и лексическими структурами, а также навыками аудирования и речевого общения.

Можно проанализировать эти особенности, обобщив опыт работы со студентами, изучающими французский язык на базе разноуровневого владения английским языком как первым иностранным.

Методика преподавания второго иностранного языка отличается от методики преподавания первого. Исследователями-лингвистами и преподавателями накоплен значительный педагогический опыт, показывающий как положительные факторы, влияющие на успешное овладение вторым иностранным языком, так и факторы отрицательные, которые могут быть обусловлены методически неверными приемами в обучении языку. В частности ученые указывают на перенос (положительное влияние) навыков изучения языков и интерференцию (отрицательное влияние) [1].

При обучении французскому языку на базе английского можно выявить общие теоретические закономерности, например, понятие мультилингвального обучения. Ученые говорят о трилингвизме, когда русский язык, если он родной, изучается в естественных условиях, а английский и французский — в искусственных. Подобное мультилингвальное обучение определяет как особенности овладения вторым иностранным языком, так и технологию обучения последнему [2]. При изучении иностранного языка формируется интеркультурная компетенция, которая включает в себя несколько методических подходов, и, по мнению ученых, основным является коммуникативно-когнитивный. Коммуника-

тивный подход — это формирование коммуникативных компетенций, а когнитивный — умение организовать познавательный процесс. Коммуникативная компетенция во втором иностранном языке предполагает ее формирование на основе коммуникативных умений обучающихся в родном и первом иностранном языке [3]. Если студенты показывают хорошие знания первого иностранного языка (английского), то они успешно осваивают и программу второго (французского языка). Но обучение французскому как второму иностранному связано с традиционными трудностями, которые касаются всех аспектов языка: фонетики, лексики, грамматики, речевого общения.

На начальном этапе обучения появляются проблемы обучения фонетике. Здесь в большой степени наблюдается влияние первого, английского, языка. Студенты сталкиваются с такими явлениями, не встречающимися в английском языке, как ударение в каждом слове на последний слог, произношение носовых звуков [oe], [o], [a], произношение звука [a] вместо [o] при спряжении глаголов «иметь» (avoir) и «быть» (être) в настоящем времени, чтение буквы [g] как [dz] произношение грассирующего [r], явления сцепления и связывания конечных согласных с последующими гласными, результатом которых является новые звуко сочетания.

При чтении допускаются повсеместные ошибки в произношении конечных согласных [s] в служебных частях речи, существительных и прилагательных, окончания -ent неправильных глаголов в настоящем времени, произношение суффикса -tion по аналогии с его произношением в английском языке. Особое внимание уделяется объяснению диакритических знаков, отсутствующих в английском языке и влияющих на произношение отдельных звуков. Как правило, в письменных работах студенты не обращают на них внимания и не проставляют в тех словах, где этого требуют правила орфографии. Преодоление фонетических трудностей в обучении чтению и произношению происходит в результате выполнения аутентичных упражнений на аудирование и воспроизведение отдельных звуков, предложений и текстов. Этому аспекту аудиторной работы приходится уделять большое внимание.

Авторы многих теоретических трудов по лингводидактике, психологии и методике изучения иностранных языков обращают внимание на лексические и грамматические аспекты, их сходства и различия в обучении второму иностранному языку.

Сходство в значительной степени проявляется в лексической составляющей французского и английского языков: много лексических единиц английского языка заимствованы из латыни и французского языка, а во французском языке растёт число англицизмов, обозначающих экономические (marketing, shopping) и политические термины (speaker, leader), относящиеся к спортивной тематике (footing, skateboard) и области искусства и дизайна (desing, cameraman) и т. д. Здесь можно говорить о полном совпадении значения слова и его орфографии, например: table, question, но встречаются и противоположные примеры: например французское journal, студенты переводят по аналогии с английским или русским «журнал». Таким образом, большое количество слов общего корня, интернационализмов облегчает запоминание, способствует догадке о значении незнакомых слов, имеющих сходство с соответствующими английскими словами, пополняя потенциальный лексический запас учащихся [4].

Можно наблюдать много сходства и в области синтаксиса. Синтаксические связи выражаются через фиксированный (прямой) порядок слов в предложении, в обоих языках широко используются безличные и неопределенно-личные обороты: «есть, имеется», «нужно, необходимо», но их изучение вызывает трудности в употреблении на письме и в устной речи.

В грамматической структуре обоих языков широко используются служебные слова (предлоги, вспомогательные глаголы), и здесь необходимо уделять особое внимание изучению особых форм неправильных глаголов. Ещё одна трудность в обучении французскому языку как второму иностранному появляется при знакомстве с понятиями артиклей и рода существительных. Во французском языке существует более сложная, чем в английском система употребления артиклей: определенные, неопределенные, слитные, частичные. Они указывают на род имени существительного, и их употребление обязательно (за некоторыми исключениями) перед каждым существительным. Их запоминание вызывает трудности у студентов, тем более что зачастую род французских имен существительных не совпадает с категорией рода русских. Во французском языке нет среднего рода, поэтому многие французские лексемы, в которых невозможно определить род по характерному суффиксу, необходимо заучивать наизусть. Во французском языке, также как и в русском, существует вежливая форма об-

ращения «Вь», грамматически и орфографически совпадающая со 2-м лицом множественного числа настоящего времени глаголов. Надо отличать случаи употребления этой формы при обучении диалогической речи, и это тоже вызывает определенные трудности.

Здесь нужно отметить сходства и различия в системе грамматических категорий обоих языков. Студенты легко усваивают систему придаточных условных предложений, начинающихся с “si” — «если». Так как грамматическая категория времени главного предложения одинакова в том и другом языке: настоящее время в условном придаточном и будущее время в главном предложении. Пассивный залог тоже образуется одинаково во французском и английском языках: с помощью глагола “to be” — “être” причастия прошедшего времени. Большие трудности вызывает также изучение системы прямых и косвенных местоимений дополнений (его, её, их, ему, ей, им), так как это связано с (не)употреблением предлогов после французских глаголов, которые тоже необходимо учить наизусть. Категория французских глаголов имеет свои особенности: определенное количество неправильных глаголов (существующих и в английском языке) имеет особые формы спряжения в настоящем времени, не имеющих аналогов в других временах, существуют особые формы основы ряда глаголов во французском будущем времени. Все вышеназванное говорит о существенных различиях французского и английского языков.

При обучении речевым навыкам важно преодолеть языковой барьер и боязнь ошибки в произношении или употреблении грамматических конструкций. Если при изложении какой-либо темы или текста на английском (базовом первом), студенты чувствуют себя уверенно, то при выполнении тех же заданий зачастую проявляется недостаточное владение грамматическими, лексическими и речевыми навыками французского (второго изучаемого) языка.

Анализируя особенности изучения французского языка как второго иностранного и трудности, возникающие при его обучении, необходимо еще раз обратиться к понятию коммуникативной компетенции, которая является одной из основных задач, решаемых преподавателем и студентами. Здесь необходимо отметить важную роль использования аутентичных печатных и видео-материалов, мультимедийных средств и Интернета. Они помогают пополнять словарный запас современной лексикой изучаемого языка, получать знания из области речевого этике-

та и изучить особенности речевого общения, развивать «чувство языка», повышать мотивацию к его изучению и знакомиться с культурными традициями стран изучаемых языков.

Существуют и психолингвистические особенности овладения вторым иностранным языком. К ним относятся «возможность сделать обучение более интенсивным; готовность учащихся к большей самостоятельности в обучении» [4]. Для достижений этих целей также широко используют возможности Интернета и аудио- и видеоучебных материалов.

Таким образом, обобщив опыт обучения французскому языку как второму иностранному на базе английского, можно сделать вывод, что в этом процессе существуют определенные трудности, связанные как с положительным переносом знакомых конструкций английского языка, так и с отрицательными явлениями (интерференция), с разной степенью успешного владения первым базовым языком студентов, обучающихся в одной группе, с психологическими особенностями речевого общения, преодоления языкового барьера, овладения и развития навыков «чувства языка».

Специфика обучения второму иностранному языку в рамках программы для гуманитарных факультетов и состоит в преодолении этих трудностей с помощью лингводидактических средств и методов с целью овладения соответствующими компетенциями

Литература:

1. **Ветрова, Н. В.** Применение положительного переноса из английского языка при изучении французского как второго иностранного / Н. В. Ветрова // Вестник Ивановского государственного энергетического университета. — 2011. — Вып. 3.
2. **Барышников, Н. В.** Методика обучения второму иностранному языку в школе / Н. В. Барышников. – М. : Просвещение, 2003.
3. **Ачкасова, Е. Н.** К вопросу об обучении второму иностранному языку в высшем учебном заведении / Е. Н. Ачкасова, М. Н. Позднякова // Педагогические науки. — 2017. — № 10 (64).
4. **Щепилова, А. В.** Теория и методика обучения французскому языку как второму иностранному / А. В. Щепилова. — М. : ВЛАДОС, 2005.

Лингвистические приемы мотивации персонала в управлении инновационной производственной деятельностью

E. F. Syrovatskaia

Linguistic methods of staff motivation in innovative production management

Аннотация. Одной из целей коммуникативно-речевого взаимодействия в управлении инновационной производственной деятельностью является мотивирование сотрудников к созданию новых разработок. Большинство функций мотивации осуществляется в процессе вербальной коммуникации. В статье рассматриваются тексты мотивирующего характера из сферы инженерного дискурса ИКТ как наиболее инновационной сферы инженерной деятельности, и делается вывод о преимущественно перлокутивном характере содержащихся в них речевых актов наряду с использованием приемов персуазивной коммуникации.

Ключевые слова: инженерный супердискурс, мотивация персонала, перлокутивный речевой акт.

Abstract. The article considers motivational texts from ICT engineering discourse as the most innovative engineering field. The speech acts in the analyzed texts are of perlocutionary character along with the methods of persuasive communication.

Key words: engineering superdiscourse, staff motivation, perlocutionary speech act.

В процессе исследования инженерного институционального супердискурса как элемента коммуникативно-речевого взаимодействия в инженерно-технической сфере общения закономерно встает вопрос о целях общения между коммуникантами. Безусловно, основной целью общения в данном дискурсе является взаимодействие (в том числе, речевое) для сохранения и приумножения инженерно-технических знаний и умений. Сохранение инженерно-технических знаний и умений реализуется в инженерно-педагогическом субдискурсе, в то время как преумножение —

в деятельности участников инженерно-производственного и научно-инженерного субдискурсов. Необходимо подчеркнуть, что преумножение знаний и умений тесно связано с инновационной деятельностью в инженерно-технической сфере. Для успешного осуществления такой деятельности требуется мотивация ее участников.

Мотивация — достаточно сложное понятие, являющееся предметом изучения разных наук, в частности психолингвистики и методики преподавания дисциплин в учебном процессе. Мотивация персонала с целью успешного осуществления производственной деятельности изучается учеными-экономистами, занимающимися теорией и практикой управления людскими ресурсами (менеджментом). При этом лингвистическая составляющая мотивирования остается вне поля зрения исследователей. Вместе с тем исследователи отмечают, что до 80% управленческих решений принимается руководителем в устной форме в процессе делового взаимодействия — бесед, деловых совещаний, переговоров, торгов и презентаций [2].

Мотивация персонала определяется как комплекс материальных и нематериальных стимулов с целью обеспечить качественный и производительный труд работников, а также как способ привлечь в компанию наиболее талантливых специалистов и удержать их. Вербальное взаимодействие относится к нематериальным стимулам, но его значение не менее важно: именно в ходе языкового взаимодействия осуществляется большинство функций мотивации, особенно такие релевантные для инновационной деятельности функции, как побудительная и объяснительная. Побудительная функция мотивации заключается в предложении субъекту мотивов, руководствуясь которыми, он будет действовать для достижения поставленной цели. Объяснительная функция находит выражение в аргументированном обосновании целесообразности поведения и деятельности субъекта. Лингвистическая составляющая важна также в реализации коммуникативной и социализирующей функций мотивации. Задача первой состоит в создании и поддержании общения в процессе трудовой деятельности, вторая помогает работникам осознать свою роль в трудовом коллективе [1].

При рассмотрении мотивирования персонала как коммуникативного процесса необходимо точнее определить роли его участников. Представленное выше использование понятие «субъект» является ошибочным, так как субъектом мотивационной деятельности является ее активная

сторона-адресант, т. е. руководитель. Персонал в данном процессе будет объектом-адресатом. Мотивирование персонала осуществляется в процессе коммуникации как непосредственного речевого взаимодействия руководителя-адресанта с подчиненными-адресатами или их группами.

Исходя из теории речевых актов Дж. Остина, мотивирование можно отнести как к иллокутивным, так и к перлокутивным актам. В ходе речевого акта мотивации могут использоваться четыре из пяти групп иллокутивов: экзерситивы, выражение влияния, проявление власти; коммисивы, обещания, обязательства и намерения; бехабитивы, установки социального; экспозитивы, результаты обсуждений, доказательств, пояснение причин. Вместе с этим мотивирование является перлокутивным актом, если адресант использует дополнительные (часто персуазивные) средства высказывания, которые оказывают сознательное влияние на адресата ради достижения желаемого результата [3].

Инженерная деятельность в сфере ИКТ является наиболее ярким примером инновационной деятельности, связанной с появлением во второй половине XX в. новых приборов и систем, изменивших как саму коммуникацию, так и бытовую сферу. Как уже неоднократно отмечалось, сложность исследования инженерного дискурса состоит в его «закрытости», а также использовании в ходе коммуникации не только естественных языков, но и схем, чертежей, формул и т. д. Последние можно отнести к группе экспозитивов, так как они обладают высокой объяснительной и доказательной силой для специалистов.

В качестве источника языкового материала был выбран скрипт художественного фильма “JOBS” (в российском прокате «Джобс: империя соблазна») режиссера Дж. М. Штерна, вышедший в прокат в 2013 г. Фильм основан на биографии Стива Джобса с 1974 по 2001 гг., когда он продемонстрировал работникам компании iPod. Мы будем рассматривать диалоги и монологи в диалогах, связанные с проблемами разработки инновационных приборов компании Apple, и результатами ее инновационной инженерной деятельности.

Пример 1: *I'm really excited to be here. We have something really special to share with you today. In total, between iMac and Power Book lines, we have sold over three million units this year. Okay. That's it. Well, maybe there's one more thing. I'm about to show you something that's amazing. Something that no one else in the world has seen yet. Now, Jony, myself and a small team have been working really hard on a secret project, which*

is something I've been known to do from time to time. The device I'm about to introduce to you is gonna revolutionize an entire industry. It's a music playing device. We'll get to that in a minute. Because what it represents is as important as what it is. It's a tool for the heart. And when you can touch someone's heart, that's limitless. If I do say so myself, it's insanely cool. It's a music player. It's a thousand songs in your pocket. I'd like to introduce you to the iPod.

Пример содержит монолог Джобса во время презентации плеера iPod. Основной речевой прием, используемый в тексте, — интрига. Адресант называет и показывает прибор в самом конце, дважды раскрывая его функцию в ходе речи. Мотивация осуществляется опосредованно двумя способами. Первый — характеристика нового прибора. Данная инновационная разработка характеризуется эпитетами *amazing, insanely cool* с высокой степенью положительной оценки. Другой способ характеристики прибора — использование метафоры *a tool for the heart* с последующим расширением *when you can touch someone's heart, that's limitless*. В речи подчеркивается особое значение инновационного устройства для всей отрасли: *The device... is gonna revolutionize an entire industry*. Второй способ мотивирования — придание команде разработчиков статуса особенности, исключительности: *Jony, myself and a small team have been working really hard on a secret project*. Мотивация в монологе осуществляется через посыл: усердно работайте, не бойтесь секретности (=новизны), и вы добьетесь удивительных результатов, создав революционный прибор.

Пример 2: диалог Джобса и Возняка, когда Джобс впервые увидел домашний компьютер в разработке.

J: *This is **the wheel**. It's **the Industrial Revolution**. No more decks, no more mainframes. That changes everything. It's pretty cool, I guess. Cool. It's profound. How could you not tell me about this before?*

W: *I don't know. I was just working on it **for my own. It, it was a hobby.***

J: ***Exactly. Exactly. For your own. For you. It's what you wanted. It's what your instinct wanted. Your big evolved brain wanted something that didn't exist, so you just willed it into existence.** It's, what do you call the system? The operating system? ...*

J: *Don't you get this? This is freedom. **This is freedom to create, and to do, and to build, as artists, as individuals.** Look, look, look.*

Основная задача адресанта (Джобса) мотивировать адресата (Возняка) на продолжение разработки, которую он считает перспективной. Она

осуществляется, во-первых, через положительную оценку новой разработки с помощью метафор the wheel, the Industrial Revolution и эпитетов pretty cool, profound. Непосредственная мотивация осуществляется через прямое обращение к разработчику-собеседнику *For your own. For you. It's what you wanted*, в ходе которого адресант подчеркивает особое соотношение спонтанного и необходимого в инновационной разработке: *It's what your **instinct** wanted. Your **big evolved brain** wanted something that didn't exist, so you just willed it into existence*. Последним мотивирующим аргументом адресанта становится метафора *freedom*, связанная с отсутствием аппаратного обеспечения больших размеров *no more mainframes*. Адресант мотивирует разработчика, описывая потенциальную целевую группу лиц, заинтересованных в приборе, как узкую *artists*, так и максимально широкую *individuals*.

Пример 3: диалог Джобса и молодого сотрудника Джонатана Айва (Jonathan Ive), директора отдела промышленного дизайна.

SJ: *Why are you still here at Apple? This isn't the company I built. There's no taste, no style. No design. So unless they're shackling you here, why do you stay?*

JJ: *Well, sir, I guess I would say there are still those of us that believe in what Apple stood for. What you stood for.*

SJ: *What do you think I stood for?*

JJ: *I think... I think you believe that the computer, or the Walkman, or whatever it may be, should be a natural extension of the individual. And it's that mission, that devotion to quality, and ideals, and heart...That's what keeps us here. That we might do it once more.*

SJ: *Okay. Whatever you're working on, the rest of the day **I want you** to forget it.*

I want everyone to design something new. I don't care what it is, I don't care if it's technology, just create something. Something useful. Something you care about.

В процессе диалога вернувшийся в компанию Apple Джобс понимает, что его идеи находят отклик у молодых сотрудников, и мотивирует их к созданию новых разработок. Здесь адресант выступает как руководитель, дающий прямые распоряжения-экзерситивы ***I want everyone to design some thing new***. Мотивирующим приемом является замена первого лица (адресанта-начальника) ***Idon'tcare*** на второе лицо (адресата-разработчика) ***Something you care about***. Мотивирующий

посыл заключается в транслировании концептуальной информации: именно разработчику новых продуктов не должно быть безразлично то, чем он занимается.

Пример 4: заключительный закадровый монолог Стива Джобса.

*What are we gonna do now? We're gonna put a dent in the universe. Here's to the **crazy ones. The misfits, the rebels, the trouble makers, the round pegs in the square holes, the ones who see things differently. They're not fond of rules, and they have no respect for the status quo. You can quote them, disagree with them, glorify or vilify them. About the only thing you can't do is ignore them. **Because they change things. They push the human race forward.** And while some may see them as the crazy ones, we see genius. Because **the people who are crazy enough to think they can change the world are the ones who do.** How was that?***

В приведенном монологе адресант дает развернутую и возвышенную характеристику творцам нового, которую также можно рассматривать как мотивирующую к данному виду деятельности. Занимающиеся инновациями описываются многочисленными номинациями, подчеркивающими их «неудобство» для обычных коллег, стремящихся к сохранению status quo: *the misfits, the rebels, the trouble makers, the round pegs in the square holes*. В монологе адресант ставит знак равенства между понятиями “crazy” и “genius”, так как только люди, имеющие смелость мыслить иначе и предлагать новое, могут изменить мир: *Because the people who are **crazy enough to think they can change the world are the ones who do.***

Подводя итоги рассмотрения лингвистических средств мотивации к инновационной деятельности в сфере ИКТ, отметим следующее: коммуникативные речевые акты мотивации в данной области инженерного дискурса являются преимущественно перлокутивными. Адресант не ограничивается указаниями и распоряжениями, а использует разнообразные риторические приемы, граничащие с приемами персуазивной коммуникации. Причина заключается в следующем: мыслить творчески нельзя заставить, нужно действовать другими методами.

Литература:

1. Блог Тимура Арсаланова. Управление продажами, управление компанией, маркетинг, PR: [Электронный ресурс]. URL: <http://supersales.ru/terminy-i-opredeleniya/funkcii-motivacii.html>

2. Капустин, С. Н. Коммуникативная функция в управлении / С. Н. Капустин // Российское предпринимательство. — 2002. — Т. 3. — № 2. — С. 90–96.

3. Чистанова, С. С. Концепт иллюзии в теории речевых актов Джона Остина / С. С. Чистанова // Гуманитарный вектор. — 2017. — Т. 12. — № 3. — С. 85–90.

УДК 37.09

С. П. Тенеряднова

Активизация рефлексивного мышления студентов на занятиях по русскому языку и культуре речи

S. P. Teneryadnova

Activization of students' reflexive thinking in the classes of the Russian language and speech culture

Аннотация. В статье рассматриваются приемы активизации рефлексивного мышления студентов. Представлена система заданий, направленных на создание рефлексивного образовательного пространства как среды коммуникации, сотрудничества и саморазвития личности.

Ключевые слова: рефлексивное мышление, активизация, рефлексивная образовательная среда, коммуникация, саморазвитие.

Abstract. The article considers the methods of activating the reflective thinking of students. The system of tasks aimed at creating a reflective educational space as an environment of communication, cooperation and self-development of the personality is presented.

Key words: reflective thinking, activation, reflective educational environment, communication, self-development.

В практике преподавания «Русского языка и культуры речи» наблюдаются тенденции моделирования речевых ситуаций и активизации развивающих, игровых методик, использующих ассоциативное мышление [1]. На занятиях желательнее создание благоприятной среды для успешной рефлексивной коммуникации, речевой и мыслительной деятельности и усилении ее аналитико-интеллектуальной стороны. Возрастание «личностного начала в речи» [2; 3], формирование успешной

языковой личности, воплощенной в собственных текстах, приводят к выявлению интеллектуального багажа. Таким образом, создание образовательного пространства как среды коммуникации можно осуществить, исходя из следующих положений.

1. Ведущая роль рефлексии в организации процесса сотрудничества через личностные изменения: развитие гибкости мышления, смена стереотипных представлений и т.д.

2. В коммуникативном аспекте рефлексия представляется в виде процесса отражения одного человека другим или в виде восприятия партнерами друг друга.

3. В личностном аспекте рефлексия расширяет представление о самосознании личности, о возможностях ее личностного роста.

На занятиях со студентами технических специальностей используются задания, направленные на развитие интеллектуальных, эмоциональных, волевых аспектов личности, что приводит к постоянному творческому движению индивида. Каждый новый этап деятельности строится с расчетом на уже освоенных способов рефлексивного мышления. Так, на первом занятии студенты пишут свою визитку, используя прием критического мышления — синквейн. Сохранить и усилить творческое движение студентов позволяют дальнейшие задания.

1. Напишите сочинение-эссе о выбранной вами профессии. Обратите внимание на следующее.

- Факты из истории, литературы, цитаты, высказывания о выбранной профессии.
- Важность профессии: ее роль и значение, распространенность, редкость.
- Выбранная вами профессия в настоящем и будущем, в России и в других странах.
- Отличие (сходство) избранной профессии от других, ее трудности и преимущества (материальные, моральные, духовные). Разные точки зрения на нее.
- Какие качества личности потребуются для овладения этой профессией? Что вы для этого сделали/делаете/ собираетесь сделать?
- Почему вы выбрали эту профессию? Назовите причины, побудившие вас к такому решению (ее преимущества, родители, признание, случай, пример других, ваш характер и т.д.)?

Студентам предлагается на выбор творческое оформление своего эссе, например, в виде развернутого интервью на страницах глянцевого журнала «Совершенно секретно» и т.д. Автор может поместить свою фотографию, рекламный слоган и др. Безусловно, подобная творческая игра задействует глубинные психологические связи и позволяет выявить не

только интеллектуальный или эмоциональный потенциал студентов, но и их реальную открытость новому опыту, другому человеку, самому себе. Выполнение таких заданий ведет к активизации всех сторон личности. Иногда в своих текстах-размышлениях студенты выходят за рамки заданных языковых тем. Так, к примеру, сочинение-миниатюра «Мода на слова» содержало единое для всех начало: «Мода на слова куда прилипчивей, чем на платья, потому что сменить гардероб встанет дорого, а модные слова приобретаются даром. Нынче много модных слов, среди которых...». Предполагалось, что студенты напишут о словах-жаргонах и просторечиях, к примеру, «флексить», «изи», «хайп» и т. п. Однако встречались такие слова, как «бесит» (Дарья К., ИСТ), «проблема» (Николай Б., ИКТ), бесспорно, влекущие за собой более глубокое осмысление.

Интерес для самовыражения представляют и традиционные задания. К примеру, составить предложения с фразеологизмами. Нередко студенты сами усложняют задания, придумывая не просто отдельные предложения, а тексты, или используя языковую игру: «Как и предполагалось, белая ворона утерла всем нос, пока черные вороны считали ворон» (Владислав К., ИСТ).

Необходимое рефлексивно-коммуникативное пространство на занятии создает диалог, который лежит в основе методики интерактивного эссе «Пишем сочинение вместе», разработанную д.ф.н., проф. И. Г. Минераловой. Приведем пример интерактивного сочинения-рассуждения «Первый снег». Основными композиционно-смысловыми частями могут выступать следующие предложения-подсказки/

1. Я проснулся и выглянул в окно: выпал первый снег!
 - Самый-самый первый
 - Необычный
 - Удивительно белый
 - Легкий
 - Чистый, воздушный
 - Чудесный, пушистый...
2. Зинаида Гиппиус сказала бы: «Опять он падает, чудесно молчаливый...» Почему ЧУДЕСНО молчаливый? Согласны ли вы с автором?
3. Поэт Яков Аким признался: Он имеет Вкус и запах, Первый снег!
Каков же он — ВАШ первый снег?
Какие эмоции, чувства, ассоциации, воспоминания он вызывает у вас?
4. Почему вообще первый снег так притягателен? Почему через его описание поэты стремятся выразить душу?

Начните свое предложение со слов: «я думаю», «мне кажется», «я считаю», «хочу обратить внимание»

5. Первый снег! Первый снег. Первый снег...

Как много надо еще прожить, чтобы понять твою тайну!

Написание подобного сочинения побуждает студентов работать над смысловой цельностью, речевой связностью и последовательностью сочинения, соблюдать его композиционную стройность.

Задание «Речевой портрет».

Проанализируйте коммуникативные качества своей речи. Письменно ответьте на вопросы: 1. Правильность речи: какие нормы литературного языка я чаще всего нарушаю? Что мешает моей речи быть правильной? 2. Богатство и выразительность речи: какие средства выразительности я использую в своей речи? 3. Какие способы развития правильности и выразительности речи для меня являются наиболее эффективными?

Используются групповые и индивидуальные формы работы (работа в больших группах, в микрогруппах), интеллектуальная работа (мозговой штурм, дискуссии, ролевые обсуждения и т. п.); ролевые и имитационные игры; всевозможные театрализации (педагогический театр, театр абсурда и пр.); различные варианты социально-психологического тренинга (тренинг общения и др.). Примером задания, в котором студент должен «подстроиться» под речевую ситуацию, а также «проиграть» в уме собственную тактику поведения и поведение партнеров по общению, «изменить» свой речевой образ в случае необходимости, может служить следующее задание.

Составьте рассказ таким образом, чтобы одна и та же ситуация воспринималась слушателями: а) положительно; б) отрицательно. Используйте для этой цели слова с положительной или отрицательной окраской.

1. Меня приняли на работу в престижную фирму.

2. Я понял (а), что моя будущая специальность мне очень нравится (или не нравится).

3. В России работает все больше иностранных компаний.

Рефлексивное осмысление и выявление основных результатов работы по дисциплине «Русский язык и культура речи» включает ряд вопросов:

1. Каковы ваши личные главные результаты? Как, благодаря чему вы их достигли?

2. Что нового вам удалось узнать/создать во время дисциплины?

3. Укажите наиболее важные для вас материалы дисциплины (темы лекций, практические задания, рекомендации).

4. Сформулируйте вопросы, проблемы, освещение которых вы хотели бы получить на занятиях.

5. Сформулируйте пожелания (себе/ своим однокурсникам/ преподавателю).

Резюмируя сказанное, процитируем С. Гессена: «Чем больше радиус окружающей человека внешней культуры, тем интенсивнее должна быть центробежная сила личности для того, чтобы извне, на поверхности, дать тот самый результат... Нам сейчас труднее быть личностями, чем нашим предкам» [З. С. 103].

Литература:

1. **Коробкова, Т. В.** От слова к тексту: социокультурный контент в преподавании русского языка / Т. В. Коробкова, С. П. Тенеряднова // Вестник гуманитарного факультета СПбГУТ. — 2018. — № 10. — С. 226–231.
2. Русский язык и культура речи: учебник / А. И. Дунев и др. под общ. ред. В. Д. Черняк. — М. : Юрайт, 2011.
3. **Гессен, С.** Основы педагогики. Введение в прикладную философию / С. Гессен; отв. ред. и сост. П. В. Алексеев. — М. : Школа-Пресс, 1995.

УДК 81.42:811.112

К. Д. Токарева

Решение и политическое решение как способ взаимодействия с Другим (по материалам книги воспоминаний Джорджа Буша “Decision Points”)

К. D. Tokareva

Decision and political decision as a way of interacting with the Other (based on materials from George Bush’s book of memoirs “Decision Points”)

Аннотация. В статье рассматриваются особенности коммуникации Джорджа Буша с Другим (читателем его текста, политиками, а также участниками международных отношений), исходя из политических решений. Последнее в тексте Дж. Буша — это главный способ организации рассказа о своей жизни. Автор книги настраивает читателя на восприятие себя как решительного человека, человека действия.

Ключевые слова: Другой, мемуары, политический процесс, политическое решение.

Abstract. The article discusses the features of George W. Bush’s communication with the Other (in this context, the reader of his text or political and pub-

lic figures, as well as various actors and forces in international relations), based on the concept of decisions and political decisions. The description of decisions in the text of George W. Bush is the main way of declaring his personality and organizing a story about his life. The author of the book sets up the reader to perceive himself as a determined person, a decision maker.

Key words: the Other, Memoirs, political decision, political process.

Мемуарный текст — это особый тип литературы, в которой события собственной жизни описываются ретроспективно. Автор одновременно обращается к читателю и пытается осмыслить свою личность, события своей жизни и взаимодействия с окружающим миром [2]. Автор одновременно и субъект и объект повествования, его адресант и адресат. В мемуарах автором создается образ времени или места; этот жанр часто используется для изображения общественной жизни. И в мемуарах, и в автобиографии автор создает свой идеализированный и выгодный образ, описывает себя как положительного героя.

“Decision Points” можно отнести к мемуарам, поскольку, несмотря на важность маркетинговой составляющей, в книге дается серьезный исторический бэкграунд, описывается ситуация во внутренней и внешней политике США в весь период президентства Дж. Буша. Читатель может обратиться к тексту не только из-за интереса к личности бывшего президента, но и из-за описания политических решений и исторических событий. И хотя личность автора здесь важнее, чем описание исторических событий и политики. Деятельность автора описывается только для того, чтобы усилить образ Дж. Буша как решительного человека. Буш постоянно употребляет слово *decision* («решение») — оно встречается более 200 раз и постоянно сопровождается яркими эпитетами; однако язык книги не художественный, он почти лишен образных средств.

Главная особенность мемуаров Дж. Буша заключается в том, что в тексте описываются последствия каждого принятого президентом решения, и из отдельных решений складывается общий политический процесс. В книге хорошо показано, как его решения влияют на внутреннюю и внешнюю политику США, а также на историю мира.

Описывая свои политические решения, Дж. Буш осуществляет взаимодействие с Другим. Применительно к мемуарному тексту политического деятеля, Другой — это массовый читатель, не вовлеченный в политику. Это, конечно, не отменяет того, что книгу Дж. Буша могут читать другие политические деятели или он сам как Другой, однако основная

аудитория в данном случае — это люди, которые заинтересованы лично­стью бывшего президента США и не имеют глубоких знаний о политике.

Описание процесса принятия политических решений и их резуль­тата — необычная перспектива для мемуарного текста. Дж. Буш опи­сывает свои решения в доступной для массового читателя форме и пе­риодически обращается к читателю. Диалогизм текста проявляется еще и в том, что текст взаимодействует с различными оценками политики Дж. Буша и политики в целом — например, текстами СМИ, книгами журналистов о политических решениях президента США. Все решения Дж. Буша каким-либо образом комментировались, иногда осуждались. Автор мемуарного текста не занимает воинствующую позицию, защи­щая свои решения от критики. Напротив, он считает большинство из них уместным и спокойно обосновывает это. Политические решения Дж. Буша часто имеют интуитивный, импровизационный характер, но это нельзя считать их недостатком.

Еще одна вариация Другого — это внутритекстовый Другой. Автор описывает враждебные США государства, террористические группиров­ки и других участников международных отношений, которые доставля­ют какие-либо неудобства США в целом и президенту в частности. Про­тив них направлены некоторые политические решения Дж. Буша. Кро­ме того, Другим можно считать предыдущих президентов США, к опыту которых часто обращается Дж. Буш, выстраивая с ними некое подобие мыслительной полемики в переосмыслении их опыта.

Стоит отметить, что Дж. Буш — один из самых неоднозначно оце­ниваемых президентов США. Его рейтинг стремительно поднялся после политических решений, связанных с терактом 11 сентября, а за­тем резко упал после неудач иракской кампании. В 2009 г. Дж. Буш покинул Белый дом, будучи самым непопулярным президентом США со времен Ричарда Никсона. После окончания президентского срока Дж. Буша его репутация была реабилитирована [4]. В мемуарах Дж. Буша скачки его рейтинга ощущаются, но не акцентируются. Созда­ется впечатление, что в период президентства Дж. Буш был макси­мально уверен в своих действиях; эту уверенность он транслирует и в тексте. Организация повествования исходя из ключевых решений Дж. Буша — это удачный выбор. В результате прочтения мемуаров у читателя формируется образ президента как деятельного челове­ка, который принимает решения быстро и действует эффективно.

Резюмируя вышесказанное, можно сделать вывод, что описание политических решений в мемуарах Дж. Буша можно рассматривать как способ выстраивания взаимодействия с Другим – если под Другим понимать широкую аудиторию читателей, включая враждебных США участников международных отношений, критиков политических решений Дж. Буша и предыдущих президентов США. С каждым Другим отношения выстраиваются особым образом.

Литература:

1. **Батурин, В. К.** О технологии принятия политических решений: философский анализ / В. К. Батурин // *Пространство и Время: Альманах: Электронное научное издание.* — 2012. — № 2. — С. 31–36.

2. **Кузьмина, С. Г.** Когнитивно-речевые особенности автора мнемонического текста / С. Г. Кузьмина // *Вестник Балтийского федерального университета им. И. Канта. Серия: Филология. Педагогика. Психология.* — 2016. — № 1. — С. 12–19.

3. **Плешакова, Е. А.** Государственные и политические решения: демаркация смыслов / Е. А. Плешакова // *Вестник СГТУ.* — 2006. — № 1. — С. 194–198.

4. **Рыбалко, О. К.** Джордж Буш-младший: становление политика / О. К. Рыбалко // *Известия Саратов. ун-та. Нов. сер. Сер. История. Международные отношения.* — 2017. — № 4. — С. 495–499.

5. **Rak, J.** Are Memoirs Autobiography? A Consideration of Genre and Public Identity / J. Rak // *Genre.* — 2004. — № 34 (3–4). — P. 483–504.

УДК 37.02

О. М. Федорова

**Основные компоненты
информационно-образовательной среды**

О. М. Fedorova

**The main components of the educational information
environment**

Аннотация. Статья посвящена рассмотрению понятия «информационно-образовательная среда». Определяются основные компоненты инфор-

мационно-образовательной среды, рассматриваются основные ее функции. Отмечается, что создание информационно-образовательной среды способствует повышению качества обучения студентов бакалавриата.

Ключевые слова: иноязычная профессионально-ориентированная компетенция, компоненты информационно-образовательной среды, функции информационно-образовательной среды, качество образования, студент бакалавриата.

Abstract. This article is devoted to the consideration of such a concept as the information and educational environment. The main components of the information and educational environment are determined, its main functions are considered. The creation of an information and educational environment is stated to improve the quality of bachelor students teaching.

Key words: proficiency-based foreign language competency, components of the information and educational environment, functions of the information and educational environment, the quality of education, a bachelor student.

Основной целью обучения иностранному языку в высшем учебном заведении является формирование и развитие иноязычной профессионально-ориентированной компетенции в условиях активного участия студентов бакалавриата в данном процессе. Данная цель формирует предпосылки для создания *информационно-образовательной среды*, под которой подразумевается «совокупность условий, обеспечивающих единые подходы к осуществлению информационной деятельности и информационного взаимодействия при использовании распределенного информационного ресурса в области образования, науки и культуры» [1].

Определим основные компоненты информационно-образовательной среды[2]:

- *нормативно-содержательный компонент*, в состав которого входит комплекс законов, стандартов, учебно-методических планов определяющих цели и содержание информационно-образовательной среды;
- *информационно-коммуникационный компонент*, представленный различными технологиями интернет-общения, электронными образовательными платформами, программными средствами для контроля и измерения уровня знаний студентов бакалавриата;
- *коммуникативно-лингвистический компонент*, объединяющий специальные методики, подходы, принципы для формирования иноязычной профессионально ориентированной компетенции;
- *субъектный компонент*, определяющий взаимодействие субъектов профессионально-образовательной среды ;

– *компонент профессиональной социализации*, направленный на развитие различных компетенций в моделируемой профессиональной сфере на иностранном языке: конференции, вебинары, фестивали, проектная работа.

Вышеперечисленные компоненты информационно-образовательной среды помимо образовательной, воспитательной, развивающей выполняют следующие функции (Таблица 1).

Компоненты среды	Функции среды
нормативно-содержательный	прагматическая, социально-экономическая
информационно-коммуникационный	мотивационно-стимулирующая, адаптивная, коммуникативная, информационная
коммуникативно-лингвистический	коммуникативная, социально-экономическая, рефлексивная
субъектный	коммуникативная, адаптивная, рефлексивная
профессиональной социализации	творческая, коммуникативная, адаптивная, социально-экономическая

Рассмотрим функции информационно-образовательной среды.

Образовательная функция информационно-образовательной среды состоит в освоении студентами бакалавриата системы научных знаний, умений, навыков и ее использовании на практике.

Воспитательная функция информационно-образовательной среды заключается в закладке духовных, эстетических, этических представлений, взглядов, убеждений, системы идеалов, способствует формированию нравственных и профессиональных качеств.

Развивающая функция информационно-образовательной среды способствует развитию памяти, воображения, внимания, мышления, эмоций студента, формирования опыта творческой деятельности.

Прагматическая функция информационно-образовательной среды заключается в применении студентом полученных знаний, умений и навыков для решения практических задач, а так же в продуктивно-ориентированной организации повседневной деятельности.

Мотивационно-стимулирующая функция информационно-образовательной среды обеспечивает повышение заинтересованности студентов бакалавриата к сознательности и активности в обучении. Как известно, студенты лучше усваивают материал в процессе обучения, если осознают значимость и актуальность изучаемого материала, осознают, что полученные знания, повышая их квалификацию, расширяют возможности самореализации в профессии, способствуя тем самым будущему карьерному росту.

Творческая функция информационно-образовательной среды способствует развитию творческих способностей студентов, выходу за пределы сложившихся стереотипов, норм, установок, в результате чего создаются новые образовательные продукты.

Адаптивная функция информационно-образовательной среды направлена на создание условий для развития потребности личности студента к самореализации и саморазвитию на основе учета его индивидуальных и социальных особенностей.

Коммуникативная функция информационно-образовательной среды способствует овладению студентами бакалавриата приемами межличностного общения, выработки стратегии взаимодействия с партнерами. Студент технического вуза должен быть подготовлен к международному взаимодействию и сотрудничеству, как на языковом, так и на профессиональном уровне.

Социально-ориентированная функция информационно-образовательной среды формирует и развивает интеллектуальный, научно-технический и кадровый потенциал общества. Высококвалифицированный специалист не ограничивается лишь знаниями по специальности, благодаря международному общению становится возможным через применение языка влиять на развитие экономики и производства страны в целом.

Рефлексивная функция информационно-образовательной среды дает возможность студенту бакалавриата осознать собственные способности, формирует адекватную оценку и критическое отношение к себе. Обучаемый осмысливает свой опыт с точки зрения ожидаемого результата, это помогает ему адекватно формулировать цели, продумывать способы учебно-познавательной деятельности в области изучения иностранного языка.

Подробнее рассмотрим *информационную функцию образовательной среды*, которая влияет на формирование информационно-образо-

вательных умений. Информационно-образовательные умения требуют от студентов бакалавриата технического вуза, в первую очередь, умения обращаться с самой информацией.

Использование иноязычных и коммуникационных технологий интернет-общения может существенно помочь в решении следующих учебных задач:

- умение находить, анализировать, систематизировать и обобщать информацию;
- развитие навыков общения в виртуальном пространстве на иностранном языке с реальными носителями языка;
- развитие навыков ориентирования в иноязычной информационной среде;
- повышение общеобразовательного уровня.

Рассмотрим основные возможности технологий интернет-общения:

- являются постоянно обновляющимся источником информации;
- улучшают уровень визуализации изучаемого материала;
- оптимизируют учебный процесс, благодаря поэтапной работе и работы в определенном темпе;
- усиливают мотивацию студентов к учебе путем использования новых конструкций, технологий, приборов;
- стимулируют познавательную деятельность студентов бакалавриата, сознательное усвоение материала, содействуют развитию наблюдательности, пространственного воображения;
- являются средством контроля, диагностики, коррекции процесса обучения;
- экономят учебное время, благодаря четкой организации информации и ускорения темпа ее подачи [3].

Как отмечает Е. Н. Соловова, суть информационно-образовательных умений, можно определить как совокупность готовности и потребности работать с современными источниками информации в профессиональной и бытовой сферах деятельности, а также способностей:

- получать необходимую информацию с помощью различных источников;
- оценивать ее важность, достоверность и новизну;
- анализировать и представлять информацию в соответствии с решаемыми задачами;
- обрабатывать и сохранять;
- применять информацию для решения различных задач [4].

Развитие информационно-образовательных умений обучаемых требует от преподавателя не только передачи информации, как это было принято ранее, но и выступления в роли эксперта, который получая и анализируя информацию вместе со студентами, демонстрирует образец работы с иноязычной информацией. Кажущаяся доступность любой необходимой информации, при отсутствии опыта работы с поисковыми системами, как правило, приводит к отрицательному результату, ввиду недостаточности знаний терминологии в интересующей области, наличием в языке синонимичных и многозначных слов (синонимия и омонимия), недостаточным представлением о предмете поиска, орфографическими ошибками в написании ключевых слов, и ряда других факторов. Следовательно, информационно-образовательные умения, определяют способность студента бакалавриата найти, оценить и проанализировать информацию, полученную из различных современных информационных средств.

Таким образом, внедрение информационно-образовательной среды в структуру образования позволяет решить главную задачу — повысить качество образования на основе использования современных информационных и коммуникационных технологий.

Литература:

1. **Роберт, И. В.** Информационные и коммуникационные технологии в образовании: Учебно-методическое пособие / И. В. Роберт, С. В. Панюкова, А. А. Кузнецов и др.; под ред. И. В. Роберт. — М. : Дрофа, 2008.
2. **Шапран, Ю. П.** Образовательная среда вуза: типология, функция, структура / Ю. П. Шапран, О. И. Шапран. — М. : Молодой ученый, 2015.
3. **Коджаспирова, Г. М.** Технические средства обучения и методика их использования: Учебное пособие для студ. высш. учеб. заведений / Г. М. Коджаспирова, К. В. Петров. 4-е изд., стер. — М. : Издательский центр «Академия», 2007.
4. **Соловова, Е. Н.** Интегративно-рефлексивный подход к формированию методической компетенции преподавателя иностранного языка в системе непрерывного профессионального образования: диссертация на соискание ученой степени доктора педагогических наук: специальность: 13.00.02 / Елена Николаевна Соловова. — М., 2004.

**«Блумсбери» — высокообразованное сообщество
единомышленников**

O. S. Yashina

**The Bloomsbury group as a fellowship of highly educated
like-minded people**

Аннотация. статья исследует группу единомышленников «Блумсбери» (1906–1964), чья деятельность и интеллектуальные и художественные эксперименты привнесли в английскую культуру ранее не характерную для нее традицию создания «литературного кружка».

Ключевые слова: «Блумсбери», Вирджиния Вулф, Роджер Фрай, интуитивизм, психоанализ, английская культура.

Abstract. : the article researches into the Bloomsbury group, a highly educated fellowship of like-minded people whose activities, as well as intellectual and artistic experiments, introduced the tradition of creating a "literary circle" into English culture that was previously not characteristic of it.

Key words: Bloomsbury group, Virginia Woolf, Roger Fry, intuitionism, psychoanalysis, English culture.

Группа «Блумсбери» начала свое существование в 1906 г. и объединила молодых людей, чьи интересы были связаны с искусством. По сей день практически все, что касается «Блумсбери», не перестает вызывать споры. Принято считать, что ядром высокообразованного сообщества единомышленников являлись писатели Вирджиния Стивенс (Вульф), Джайлз Литтон Стрэчи, Эдвард Морган Форстер и Дэвид Гарнетт; историки искусства Клайв Белл и Роджер Фрай; литературный критик Дэзмонд МакКарти, художники Дункан Грант и Ванесса Стивенс (Белл); экономист Джон Мейнард Кейнс; журналист Леонард Вульф, а также некоторые другие выпускники и студенты Кембриджа. Однако до сих пор исследователи не могут прийти к единому мнению о том, кто именно входил в кружок «Блумсбери». В то время как Дж. Джонстон (Johnston J.K. *The Bloomsbury Group*, 1954) не включает в список М. Кейнса, другие авторы, в свою очередь, (Moody A. D. *Virginia Woolf*.

Edinburgh: Oliver and Boyd, 1963) не упоминают Р. Фрая и Д. Гранта. Даже список имен, составленный Леонардом Вульфом, значительно отличается от списка Квентина Белла.

В своей пятитомной биографии Леонард Вульф дает наиболее полное описание отношений между представителями «Блумсбери». Практически все мужчины «блумсберийцы» были студентами Тринити-Колледжа Кембриджского университета и принадлежали кружку «кембриджских апостолов». По его словам, уже в 1904 г. он был знаком с большинством из них. «Блумсберийцы» не составили литературной школы: тут не было единства мнений ни по политическим, ни по эстетическим вопросам. Франс Партридж, который был лично знаком с большинством представителей кружка, в своей автобиографии «Любовь в Блумсбери» подчеркивает: «они не были группой, они были очень разными личностями, которые разделяли определенное отношение к жизни и были либо друзьями, либо любовниками» [2]. Дэвид Гэд в книге «Преданные друзья: Портрет Блумсбери» поддерживает эту точку зрения: «кружок писателей, художников и мыслителей, который принято называть группой “Блумсбери” был неформальным кружком близких друзей и ничем большим» [1]. Леонард Вульф в одном из пяти томов своей биографии «Начиная вновь» подводит итог: «То, что принято называть группой “Блумсбери” никогда не обладало той формой, которой ее наделял внешний мир. Термин “Блумсбери” используют для обозначения воображаемой группы людей, которые обладают воображаемыми качествами и характеристиками» [4]. По мнению Дугласа Ора (Douglass W. Orr. *Psychoanalysis and the Bloomsbury Group*, 2004), феномен «Блумсбери» не поддается конкретному определению. Начиная с 1905 и вплоть до 1950 г. термин «группа Блумсбери» наделялся разнообразными значениями. Ор подчеркивает, что в результате те, кто действительно входили в кружок, перестали упоминаться как его представители, а те, кто не имел к нему никакого отношения, наоборот заняли прочное место среди «блумсберийцев».

В 1911 г. после свадьбы Вирджинии Стивенс и Леонарда Вульфа ядро группы укрепилось, но, по свидетельству самого Вульфа, окончательно группа оформилась только 10 лет спустя, когда они организовали The Memoir Club (Клуб воспоминаний). Хотя первая мировая война положила конец собраниям «блумсберийцев», The Memoir Club стал своеобразным продолжением традиций «старого Блумсбери». В это вре-

мя практически все члены группы жили в двух шагах друг от друга, они активно общались вплоть до смерти Клайва Белла в 1964 г.

«Блумсберийцы» были не только интеллектуальным сообществом, но и социальной кастой со своим отношением к жизни и своими ценностями: то была сложная паутина дружеских связей, родственных отношений, браков и романов. Причастные этому круту выросли в интеллигентных викторианских семьях, принадлежавших к самой верхушке «среднего класса», и их мятеж отчасти был направлен против родительского окружения; как раз тогда такие бунты все чаще стали называть проявлением эдипова комплекса. В этом салоне хорошо знали работы американского психолога Уильяма Джеймса, с легкой руки которого в литературный обиход вошло понятие «поток сознания», зачитывались Зигмундом Фрейдом, которого почитали пророком, изучали швейцарского культуролога Карла Юнга и его теорию архетипов [2].

Но если и считать «блумсберийцев» социальной группой, то принадлежность к ней была связана с определенным типом поведения, с артистическим отношением к жизни. Когда в 1910 г. Роберт Фрай организовал выставку постимпрессионистов в «Графтон геллериз», это было типично «блумсберийским» мероприятием. Ибо для них было характерно тяготение к художественной жизни, к основополагающим «современным» идеям, из которых вырос модернизм, вроде веры Фрая в «значимую форму» искусства [5]. Появление в выставочных залах британской столицы полотен Мане и Матисса, Ван Гога и Сезанна было воспринято как дерзкий вызов общепринятым вкусам. В предисловии к каталогу выставки Роджер Фрай писал, что постимпрессионисты стремятся «не подражать старым формам, а создавать новые, не имитировать жизнь, а найти ее эквивалент». Развиваясь в отрыве от художественных течений Европы, британская живопись вплоть до начала XX столетия оставалась крайне консервативной. Ванесса Белл была в числе первых художников, отважившихся сломать барьер между Англией и материком. На короткий период перед самым началом Первой мировой войны Ванесса Белл, Дункан Грант и Роджер Фрай оказались в авангарде всей британской живописи. Их картины, вдохновленные работами французских постимпрессионистов, были смелы, яркие и свободны. Впоследствии их стиль стали называть стилем «Блумсбери». По мнению «блумсберийцев» художник должен обладать особым видением мира для того, чтобы создать живописное полотно. То был мятеж, на знамени которого начерта-

на идея «современного» искусства, связанная, в свою очередь, с новыми представлениями о личных отношениях, сексуальной эмансипации и природе сознания. Исповедание соответствующих убеждений оставило след не только в искусстве, но и в политике, движении феминизма, экономических теориях, исторических и биографических сочинениях.

Большое влияние на взгляды «блумсберийцев» оказали философы Джордж Эдвард Мур и Бертран Рассел. Мур склонялся к интуитивизму и придавал особое значение анализу ощущений. Этическая теория Дж. Мура, его книга «Основы этики» («Principia Ethica», 1903), в которой проникновение в сущность прекрасного и установление гармоничных взаимоотношений между людьми провозглашается важнейшими жизненными принципами. Идеи книги были восприняты ими как откровение. «Principia Ethica» является первой попыткой применения лингвистического анализа в моральной проблематике. В своей работе «Мои ранние воззрения» (My Early Beliefs, 1938) Дж. Кейнс упоминает, что воззрения Дж. Мура обратили его в религию правды, любви и красоты. Л. Вульф в автобиографии также подтверждает, что «мы всю жизнь ощущали влияние Мура».

Другим властителем дум «блумсберийцев» был французский философ Анри Бергсон, отвергший механическо-рационалистический подход к бытию и к категории времени. Доктрина Бергсона о том, что в «каждом из нас живут два отдельных «Я», одно из которых мы способны понять благодаря глубокому наблюдению, другое же поверхностное, является его частичной презентацией» нашла свое отражение в работах многих «блумсберийцев». У А. Бергсона «блумсберийцы» почерпнули безграничность времени и приоритет интуиции над памятью, у М. Пруста — произвольность памяти и неповторимость восприятий, у З. Фрейда и Э. Джеймса — психологизм.

«Блумсберийцы» ратовали за свободное, беспрепятственное самовыражение личности, были убеждены в том, что нет ничего более нравственного, чем эстетические соображения. По мнению ряда исследователей, современные проекты «эстетической жизни» восходят к традиции эстетизма, заложенной художественной группой «Блумсбери», а также инициировавшим ее взгляды Дж. Муром. Последовательный эстетизм утверждает исключительное превосходство эстетических ценностей; для него характерно признание красоты высшим благом и высшей истиной, а наслаждение красотой – высшим жизненным принципом [5].

Группа «Блумсбери» — в равной степени и мятеж против истеблишмента, и явление нового истеблишмента. Особенно ясно это проступает в конце 1920-х гг., когда «блумсберийцы» заняли центральное место в литературной и художественной жизни: они возглавили издательства и редакции журналов, утвердились в качестве ведущих критиков в газетах, превратились в социально влиятельный слой общества. Дэвид Гэд подчеркивает, что «не каждый почувствует острую необходимость детально изучать творчество “блумсберийцев”, но те, кто интересуются культурой нашего века, не могут себе позволить проигнорировать его» [1].

Литература:

1. **Gadd, D.** The Loving Friends: A Portrait of Bloomsbury / D. Gadd. — New York : Harcourt Brace Jovanovich, 1974.
2. **Partridge, F.** Love in Bloomsbury / F. Partridge. — Boston : Little, Brown and Company, 1981.
3. **Rosenbaum, S. P.** The Bloomsbury Group: A Collection of Memoirs and Commentary / S. P. Rosenbaum. — Toronto: University of Toronto Press, 1995.
4. **Woolf, L.** Beginning Again: An Autobiography of the Years 1911–1918 / L. Woolf. — London : Hogarth Press, 1964.
5. **Брэдбери, М.** Вирджиния Вулф / Перевод А. Нестерова // Иностранная литература. — 2002. — № 12.

Сведения об авторах

АБЫЯКАЯ Олеся Викторовна — кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича»; olesya_vik@mail.ru

АЛЁШИН Алексей Сергеевич — кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры иностранных языков ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича»; alexis001@mail.ru

АСТАФЬЕВА Ирина Евгеньевна — кандидат философских наук, доцент кафедры социально-политических наук ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича»; rina.astafjewa@ya.ru

БАБАНОВА Елена Алексеевна — аспирант Санкт-Петербургского государственного университета, кафедра связей с общественностью в политике и государственном управлении; trefil-elena@yandex.ru

БЕЛОВА Евгения Николаевна — старший преподаватель кафедры иностранных и русского языков ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича»; evgenia.belova@bath.edu

БЕЛОВА Елизавета Васильевна — кандидат психологических наук, доцент, доцент кафедры социально-политических наук ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича»; limax3@yandex.ru

БУЛАТОВА Анастасия Борисовна — старший преподаватель кафедры иностранных языков ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича»; bulatova25a@gmail.com

ВАНЯГИНА Марина Романовна — кандидат педагогических наук, доцент, профессор кафедры иностранных языков Санкт-Петербургского военного института войск национальной гвардии Российской Федерации; e-mail: marmalkina@rambler.ru

ВИНОГРАДОВА Ксения Евгеньевна — кандидат политических наук, доцент кафедры журналистики и медиакоммуникаций Северо-Западного института управления Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ; vinogradovamail@gmail.com

ВИТУЛЁВА Елизавета Сергеевна — докторант PhD, Некоммерческое акционерное общество «Алматинский университет энергетики и связи»; Lizavita@list.ru

ВОРОНОВ Иван Иванович — доктор исторических наук, профессор кафедры истории и регионоведения ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича»; Ivan.voronov@mail.ru

ВУ Нгок Иен Кхань — магистрантка филологического факультета Санкт-Петербургского государственного университета; zungocyenkhanh@gmail.com

ВЯЗЬМИН Алексей Юрьевич — кандидат философских наук, доцент кафедры социально-политических наук ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича»; isvaradesa@yandex.ru

ГЕХТ Антон Борисович — кандидат исторических наук, доцент кафедры истории и регионоведения ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича»; a.geht@yandex.ru

ГОМАН Юлия Валентиновна — кандидат педагогических наук, доцент кафедры иностранных языков ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский горный университет»; juliagoman@mail.ru

ГОРШКОВА Елена Анатольевна — кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных и русского языков ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича»; gorshkova.e@gmail.com

ДОБРОВОЛЬСКАЯ Юлия Андреевна — аспирант Высшей школы журналистики и массовых коммуникаций Санкт-Петербургского государственного университета; mediapodvig@yandex.ru

ЗЕМЛЯКОВА Ксения Владимировна — кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича»; ksu-zemlyakova@mail.ru

ЗИНОВЬЕВА Елена Иннокентьевна — доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры русского языка как иностранного и методики его преподавания Санкт-Петербургского государственного университета; e.i.zinovieva@spbu.ru

ЗОБОВА Мария Романовна — кандидат философских наук, доцент кафедры социально-политических наук ФГОБУ ВПО «Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича»; swbusoff@mail.ru

ИЗМОЗИК Владлен Семенович — доктор исторических наук, профессор кафедры истории и регионоведения ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича»; izmozik@mail.ru

КИРЬЯНОВА Наталия Владимировна — кандидат исторических наук, доцент, Санкт-Петербургский государственный электротехнический университет им. В. И. Ульянова (Ленина) (ЛЭТИ); 10marta@inbox.ru

КИЩЕНКОВ Михаил Сергеевич — кандидат исторических наук, доцент кафедры гуманитарных дисциплин ФГБОУ ВО «Ярославская государственная сельскохозяйственная академия»; mkishhenkov@yandex.ru

КОНЬШИН Сергей Владимирович — профессор, кандидат технических наук, Некоммерческое акционерное общество «Алматинский университет энергетики и связи»; s.konshin@aes.kz

КОРНЕВ Вячеслав Вячеславович — доктор философских наук, профессор кафедры социально-политических наук ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича»; vvkornev@gmail.com

КОРОВИЦЫНА Анастасия Вячеславовна — магистр психологии, менеджер по персоналу ООО «ТрансИнжПроект»; ana-korovicyna@yandex.ru

КРИВЦОВ Станислав Петрович — старший преподаватель кафедры организации связи ФГКВООУ ВО «Военная академия связи им. Маршала Советского Союза С. М. Будённого»; staskriv@mail.ru

КУЗИНА Оксана Евгеньевна — аспирант образовательной программы «Международные отношения и мировая политика» направления подготовки «Политические науки и регионоведение» Санкт-Петербургского государственного университета; okkuzina93@rambler.ru

КУЗНЕЦОВА Екатерина Игоревна — кандидат политических наук, доцент кафедры социально-политических наук ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича»; kuznetsova13@ya.ru

КУЛЬНАЗАРОВА Анастасия Витальевна — кандидат политических наук, доцент кафедры социально-политических наук ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича»; avkulnazarova@gmail.com

КУРГАНОВА Екатерина Борисовна — кандидат филологических наук, доцент кафедры связей с общественностью, рекламы и дизайна ФГБОУ ВО «Воронежский государственный университет»; kurganova1979@mail.ru

ЛЕОШКО Анна Игоревна — кафедра маркетинга и социальных коммуникаций Санкт-Петербургского университета технологий управления и экономики; Anna.Leoshko1@gmail.com

МАЛЬЧЁНКОВА Анна Евгеньевна — кандидат социологических наук, доцент кафедры социально-политических наук ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича»; palzu73@gmail.com

МИНИНА Ольга Георгиевна — кандидат филологических наук, доцент, зав. кафедрой иностранных языков ФГБОУ ВО «Сыктывкарский государственный университет им. Питирима Сорокина»; sefl@mail.ru

МЯКОТИН Александр Викторович — доктор технических наук, профессор кафедры боевого применения войск связи ФГКВООУ ВО «Военная академия связи им. Маршала Советского Союза С. М. Будённого»; aleksandrmyakotin@gmail.com

НЕМЧИНОВА Тамара Сергеевна — кандидат политических наук, доцент кафедры мировой политики Санкт-Петербургского государственного университета; t.nemchinova@spbu.ru

НЕРОВНЫЙ Артём Викторович — ассистент кафедры истории и регионоведения ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича»; art830@yandex.ru

НЕШИТОВ Петр Юрьевич — кандидат философских наук, доцент кафедры социально-политических наук ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича»; pnshitov@mail.ru

НОСКОВА Ирина Виленовна — кандидат экономических наук, доцент кафедры маркетинга и социальных коммуникаций Санкт-Петербургского университета технологий управления и экономики; ivnoskova@rambler.ru

ОВЧИННИКОВА Елена Григорьевна — кандидат исторических наук, доцент кафедры истории и регионоведения ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича»; egovc@mail.ru

ОРЛОВА Людмила Ивановна — кандидат технических наук, преподаватель кафедры организации связи ФГКВУ ВО «Военная академия связи им. Маршала Советского Союза С. М. Будённого»; akacia25@rambler.ru

ПАНТЕЛЕЕВ Владимир Иванович — кандидат исторических наук, доцент кафедры логистики и маркетинга в АПК ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет»; vpanteleev@yandex.ru

ПАРАМОНОВА Марина Ильинична — кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича»; paramonova_mi@mail.ru

ПАТРУШЕВА Дарья Андреевна — преподаватель кафедры истории и регионоведения ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича»; d.patrusheva@mail.ru

ПЛЕШАКОВА Оксана Сергеевна — студентка 4 курса группы ЗР-61 кафедры истории и регионоведения ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича»; pleshakova.oksana358@yandex.ru

РЕБКОВЕЦ Виктория Константиновна — студентка гр. ЗГСНБ-РО2-16-1 направления «Реклама и PR в муниципальных учреждениях», Санкт-Петербургский университет технологий управления и экономики

РОДНЕВА Екатерина Кирилловна — кандидат филологических наук, старший преподаватель кафедры русского языка как иностранно-го и методики его преподавания Санкт-Петербургского государственного университета; e-k-rodneva@yandex.ru

РОДЮКОВ Алексей Федорович — кандидат философских наук, доцент кафедры социально-политических наук ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича»; a.rodukov@yandex.ru

РЯБУХА Ольга Владимировна — кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков гуманитарного факультета ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича», доцент кафедры английского языка и лингвострановедения Института иностранных языков Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена; starlight533@mail.ru

САРАФАННИКОВ Евгений Витальевич — кандидат технических наук, преподаватель кафедры организации связи ФГКВУ ВО «Военная академия связи им. Маршала Советского Союза С. М. Будённого»; evgen@mail.ru

СЕЛИВЁРСТОВ Виктор Леонидович — кандидат философских наук, доцент кафедры социально-политических наук ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича»; svict1@yandex.ru

СЕМЁНОВА Анастасия Алексеевна — кандидат социологических наук, доцент, доцент кафедры государственного, муниципального и социального управления Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена; Semyonovaa@mail.ru

СЕМЕНОВА Наталия Сергеевна (Заган) — ассистент кафедры иностранных языков для лингвистических направлений ФГБОУ ВО «Псковский государственный университет»; semenovans89@mail.ru

СЕРЕБРЯКОВА Светлана Георгиевна — кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича»; s_ssg@bk.ru

СКВОРЦОВА Вера Сергеевна — ассистент кафедры связей с общественностью Санкт-Петербургского государственного электротехнического университета им. В. И. Ульянова (Ленина) «ЛЭТИ»; skvorsovavera@gmail.com

СОКОЛОВА Юлия Михайловна — старший преподаватель кафедры иностранных языков ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича»; sokolovaum@yandex.ru

СОЛОВЬЕВА Валерия Андреевна — студентка 1-го курса магистратуры ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича»; v.a.soloveva@mail.ru

СУЛЕЙМЕНОВ Ибрагим Эсенович — профессор, доктор химических наук, кандидат физико-математических наук, академик Национальной инженерной Академии РК, НАО «Алматинский университет энергетики и связи»; esenyuch@yandex.kz

СУХАРЕВА Анна Михайловна — кандидат социологических наук, доцент кафедры социально-политических наук ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича»; sukhareva_nuta@mail.ru

СУЧКОВА Ольга Владимировна — кандидат психологических наук, доцент кафедры психологии ФГБОУ ВО «Тверской государственный университет»; olga_suchkova@mail.ru; Suckova.OV@tversu.ru

СТАФУТИНА Вера Николаевна — старший преподаватель кафедры иностранных языков ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича»; verans@rambler.ru

СЫРОВАТСКАЯ Елена Фёдоровна — кандидат филологических наук, зав. кафедрой иностранных и русского языков ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича»; elesygo55@gmail.com

ТЕНЕРЯДНОВА Светлана Павловна — кандидат педагогических наук, доцент кафедры иностранных и русского языков ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича»; steneryadnova@mail.ru

ТЕРЕНТЬЕВ Вячеслав Олегович — кандидат исторических наук, доцент кафедры отечественной истории, политологии и социологии Государственного университета морского и речного флота им. адмирала С. О. Макарова; terehv@mail.ru

ТЕРЕНТЬЕВА Екатерина Анатольевна — кандидат исторических наук, доцент кафедры Истории и регионоведения ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича»; e.a.terenteva@bk.ru

ТОКАРЕВА Ксения Дмитриевна — старший преподаватель кафедры иностранных и русского языков ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича»; ksenia_tokareva88@mail.ru

ТУМАКОВ Денис Васильевич — кандидат исторических наук, ФГБОУ ВО «Ярославский государственный медицинский университет Минздрава России»; denistumakov@yandex.ru

У Маньхуа — магистрант первого года обучения Санкт-Петербургского государственного университета; st081927@student.spbu.ru

ФЕДОРОВА Ольга Михайловна — кандидат педагогических наук, доцент кафедры иностранных и русского языков ФГОБУ ВПО «Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича»; olgamikhailovnafedorova@mail.ru

ФИЛАТКИНА Гелия Сергеевна — кандидат филологических наук, старший преподаватель кафедры зарубежной журналистики и литературы факультета журналистики ФГБОУ ВО «Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова»; geliafilatkina@gmail.com

ХАШКОВСКИЙ Алексей Васильевич — журналист, рекламист, кандидат политических наук, доцент кафедры связей с общественностью и рекламы Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена; achao@yandex.ru

ЦВЕРИНАШВИЛИИ Иван Алексеевич — старший преподаватель кафедры истории и регионоведения ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича»; konditer14@rambler.ru

ШУТМАН Денис Валерьевич — кандидат политических наук, доцент кафедры социально-политических наук, декан гуманитарного факультета ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича»; denis_sh2@mail.ru

ЭЙДЕМИЛЛЕР Константин Юрьевич — кандидат географических наук, старший преподаватель кафедры международных гуманитарных связей Санкт-Петербургского государственного университета; keidemiller@gmail.com

ЮМАШЕВА Ирина Александровна — кандидат педагогических наук, доцент, заведующий кафедрой маркетинга и социальных коммуникаций ЧОУ ВО «Санкт-Петербургский университет технологий управления и экономики»; irma8715@yandex.ru

ЯНИШЕВСКАЯ Ирина Валентиновна — старший преподаватель кафедры социально-политических наук ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича»; yanishevskayaiv@gmail.com

ЯШИНА Ольга Сергеевна — старший преподаватель кафедры лингвистики и профессиональной коммуникации ФГБОУ ВПО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ» (Челябинский филиал); yashiolg@yandex.ru